

***Program rada
Turističke zajednice Osječko-baranjske županije
za 2026. godinu***

Materijal pripremio:
Mislav Matišić
studenj, 2025.

UVOD

Program rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2026. godinu koncipiran je na temelju zadanih zadaća i dugoročno planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, Master plana razvoja turizma Osječko-baranjske županije 2017.-2025. godine, Strateškog marketinškog plana turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025. godine, Strateškog marketinškog plana za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. godine te Plana upravljanja destinacijom OBŽ-a za razdoblje 2026. – 2029.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, kao regionalna destinacijska menadžment organizacija, u planiranom razdoblju provodit će aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih **Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma** (NN 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

- **razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz **jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika** na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno **konkurentnih turističkih proizvoda**;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i **unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove** određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Osim toga, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije djelovat će u skladu sa **Zakonom o turizmu** (NN 156/2023-2382), usmjerenom na održivi razvoj i upravljanje sustavom turizma. U tom smislu na razini Osječko-baranjske županije upravljat će izradom i praćenjem realizacije **Plana upravljanja destinacijom** koji se donosi na četverogodišnjoj razini, počevši od 2025. godine.

Osječko-baranjska županija dio je Slavonije i Baranje kao geografski definirane regije. Destinacija je to koja čini dio ukupne ponude tzv. kontinentalne Hrvatske, koja je u pravilu bilježi visoku sezonu od travnja do lipnja te od rujna do studenoga, odnosno u vrijeme pred i post sezone definirane na nacionalnoj razini. Primjetan je utjecaj dinamike priljeva gostiju tijekom ljetnih mjeseci koji je u izravnoj koorelaciji s dinamikom posjete destinacijama na Jadranu, jer se u tom razdoblju u destinaciji zadržavaju 1 do 3 noći gosti koji su u transferu prema priobalju. Pojedini ljetni mjeseci 2025. godine ostvarili su više noćenja nego proljetni i jesenski, a ove godine nikad više mjeseca nije ostvarilo više od 30.000 noćenja: svibanj, lipanj, srpanj, rujna i listopada s time da je svibanj 2025. s više od 33.000 noćenja mjesec s najviše noćenja u povijesti.

Svake godine sustav turističkih zajednica ulaže sve više u promociju destinacije i razvoj proizvoda, javni sektor u obnovu kulturne i prirodne baštine koja se stavlja u turističku funkciju, a privatni sektor u smještajne kapacitete i sadržaje. Destinacija se gradi na autentičnim resursima koji su u dobrom dijelu ostali sačuvani, i neizostavno na ljudima što potvrđuju i ocjene gostiju na Booking.com-u. Prošla, 2024. godina zabilježila je dosada rekordne rezultate u turističkim kretanjima, a 2025. godina do kraja mjeseca studenog premašuje 2024. godinu **rastom od 17.4% u noćenjima i 13,7% u dolascima što je najveći porast od svih hrvatskih županija**. Iz perspektive razvoja destinacije do 2019. godine, narušenosti sektora tijekom

2020. i 2021. godine slijedom globalne krize izazvane virusom COVID-19, sa sigurnošću se može konstatirati da je destinacija nastavila kontinuirano rasti od 2022. godine sve do danas, kako kroz rast kvalitete i broja smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta tako i ostvarenih rezultata.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije će u narednoj godini i dalje čvrsto **zagovarati potrebu različitog pristupa** razvoju turizma na kontinentu u odnosu na priobalje. Strateški cilj turističkog sektora definiran na nacionalnoj razini je da Hrvatska postane destinacije **održivog turizma**, a to obavezno uključuje **turizam tijekom cijele godine i na prostoru cijele zemlje**. Tijekom aktualnog financijskog razdoblja **EU 2021.-2027.** očekuju se brojna ulaganja u turizam s naglaskom na **digitalno, održivo i zeleno**, od kojih će dio biti usmjeren prema unutrašnjem dijelu Hrvatske.

Iako nije tradicionalno prisutna gospodarska grana u regiji, turizam je na razini Osječko-baranjske županije definiran kao jedan od ključnih razvojnih prioriteta radi mogućnosti **multipliciranja njegove vrijednosti** kroz sektor poljoprivrede i gospodarstva. U tom smislu TZ OBŽ će aktivno promovirati i zagovarati potrebe dionika s područja Osječko-baranjske županije prema Ministarstvu turizma i sporta, Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije i drugim nadležnim tijelima.

Prema svim strategijama navedenim i u ovom dokumentu, kao i dosadašnjim istraživanjima primarni gost destinacije je domaći turist koji putuje cijele godine i poznata mu je regija, a velik broj stanovnika Hrvatske nikad nije posjetilo destinaciju ili su bili gosti prije 15 ili 20 godina. Uz domaće, tu su gosti s tržišta Njemačke i zemalja u okruženju – Mađarske, Srbije, BiH i Slovenije te gosti vezani uz riječna krstarenja na Dunavu. Kad je riječ o dobnim skupinama, destinaciju uglavnom posjećuju gosti od 30 do 65 godina, a ovisno o proizvodima i druge skupine. Glavni motivi dolaska vezani su uz ono što destinacija nudi, a to je enogastronomija, „city break“, kultura, ruralni turizam i aktivni odmor u prirodi.

Turistički proizvod koji nudi kontinent i Osječko-baranjska županija razlikuje se od doživljaja koji nudi priobalje. Prostorni opseg kretanja na kontinentu je puno veći, a gost aktivno istražuje prostor i nije neobično da dnevno pređe i po 80 do 100 kilometara. Upoznavanje lokalnih običaja, ali i načina na koji lokalci žive, i to ne samo u ruralnom već i u urbanom prostoru, festivali, obilazak vinarija, zelenih tržnica, kulinarske radionice – ukratko gost aktivno istražuje destinaciju. Nema pasivnog odmora, jer gost dolazi najčešće od rujna do lipnja kad se prakticiraju kratki, city-break odmori od 3 do 4 dana. Na tržištu nema puno „incoming agencija“ ili organiziranih lokalnih tura za individualne goste, jer nema masovnih dolazaka, a destinacija živi cijele godine. Lokalna zajednica u tome igra važnu ulogu, jer nudi autentične doživljaje i prihvaća gosta kao prijatelja. Slavonac i Baranjac su stoljećima živjeli bogato od zemlje i dan danas su zadržali mentalitet koji želi pružiti gostu najbolje.

1. BUDUĆNOST TURIZMA: TRENDOWI DO 2027. GODINE

Globalni turizam ušao je u razdoblje snažne digitalne transformacije i personalizacije iskustava (WNS, Corinium Intelligence). Automatizirane rezervacije, umjetna inteligencija i analitika omogućuju bržu i točniju prilagodbu ponude individualnim željama putnika, dok hiperpersonalizacija i digitalna podrška tijekom putovanja jačaju lojalnost gostiju. Istodobno, **sigurnost i održivost** postaju ključni prioriteti jer putnici biraju sigurne i ekološki odgovorne destinacije te podupiru lokalne zajednice (Crimtan, Revfine, Turner). U porastu su putovanja koja **spajaju posao i odmor**, kao i trendovi usmjereni na autentična lokalna iskustva, gastronomiju i wellness. Slavonija i Baranja, sa svojom tradicijom, lokalnom hranom i prirodnim okruženjem, savršeno se uklapaju u nove globalne turističke trendove.

Prema istraživanjima Svjetske turističke organizacije (UNWTO), pametne tehnologije, održivost/regenerativnost i **hiperpersonalizacija** ostaju dominantni faktori za određivanje konkurentnosti destinacija.

Putnici u nadolazećem razdoblju očekuju visoku razinu individualizacije na putovanjima tijekom cijelog procesa, od inspiracije i planiranja do samog iskustva i doživljaja. Prema istraživanjima platformi Booking.com i Expedia Group, turisti se sve više oslanjaju na podršku digitalnih alata s naglaskom na ažuriranje informacija i obavijesti u stvarnom vremenu, a umjetna inteligencija omogućuje i personalizaciju podrške, odnosno prilagođavanje, pa čak i predviđanje individualnih potreba svakog turista.

Uz visoko individualizirana iskustva i doživljaje prilagođene osobnim željama turista i motivirane istraživanjem vlastitog unutarnjeg svijeta, turisti teže istinskom “otkrivanju” destinacije. U tom kontekstu važna je ponuda lokalnih proizvoda ali i osobni pristup njihovoj prezentaciji u kojoj turisti ujedno mogu istražiti i svoje nišne interese poput individualnih wellness potreba (precizna prehrana, regenerativni tretmani), tematskih tura, prilagođenih eno-gastro doživljaja i “bijega” u prirodu (Booking.com).

Uz putovanja koja služe ponajprije za odmor i regeneraciju, velika ostaje važnost i tzv. “bleisure” putovanja u kojima je motiv dolaska na destinaciju posao, a gost koristi priliku i za odmor. Wellness retreat radionice/seminari postaju načini za odmor i povratak prirodi, a kvaliteta, autentičnost i lokalni identitet postaju odlučujući faktori u kreiranju luksuznih putovanja. **Gastronomija i wellness** ostaju među najbrže rastućim segmentima, s naglaskom na lokalne namirnice, regenerativne tretmane i male, personalizirane formate odmora.

Nastavlja se i trend rada na daljinu na koji se naslanja i **slow travel princip** putovanja koji obilježavaju dulji boravci i dublje istraživanje destinacije, od povijesnih i kulturnih aspekta do lokalnih običaja, stanovništva i gastronomskih doživljaja u kojima je turist uključen u sam proces proizvodnje i pripreme jela (po principu farm to table). Takav turist cijenu zajednicu u koju dolazi i želi u njoj i sam ostaviti pozitivan trag. Samim time, održivost više nije opcija, nego preduvjet za konkurentnost. World Economic Forum i Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ističu da se turizam mora razvijati prema konceptu regenerativnosti, odnosno ostavljanju destinacija boljima nego što su bile.

2. TURIZAM NA PODRUČJU OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE I OCJENA TRŽIŠNIH TRENDOVA

Osječko-baranjska županija te Slavonija i Baranja kao šira destinacija nalazi se u neposrednoj blizini važnih domaćih i inozemnih turističkih emitivnih tržišta, a graniči s turistički vrlo atraktivnim prekograničnim područjem u Mađarskoj i Srbiji.

Destinacija je lako dostupna, sa sve većom ponudom usluge smještaja, u smislu vrste i kvalitete. Osijek kao najveći grad u Slavoniji i drugi u kontinentalnoj Hrvatskoj ima zračnu luku koja je intenzivirala svoje aktivnosti tijekom 2021. i 2022. godine te uvela **međunarodni let na liniji München-Osijek** u suradnji Croatia Airlines avio kompanijom. Tijekom 2023. godine uz ovaj let, uvedena je nova međunarodna linija **Osijek-London Stansted** u suradnji s irskim avioprijevoznikom Ryanair. Obje linije aktivne su i 2025. godine, i to **Osijek-München** tijekom cijele godine, a **Osijek-London Stansted** od **1.4. do 31.10.** Dosadašnji prosjek popunjenosti linije **Osijek-München** zaključno s 31.10.2025. iznosio je 61% u dolascima te 64% u odlascima, dok je prosjek popunjenosti linije **Osijek- London Stansted** za 2024. iznosio 75% u dolascima te 80% u odlascima. Suradnja s oba avio prijevoznika u 2025. godini realizirana je lokalno u partnerstvu između **Zračne luke Osijek, TZ Grada Osijeka i TZ Osječko-baranjske županije**, uz program Strateških partnerstava čiji je nositelj bila **Hrvatska turistička zajednica**. Tijekom 2026. godine TZ OBŽ nastaviti će surađivati sa svim navedenim partnerima, u direktnoj koordinaciji s Osječko-baranjskom županijom. U 2026. godini planiran je nastavak realizacije obje međunarodne avio-linije. **Povezanost s domaćim destinacijama** izvan visoke sezone definirane na nacionalnoj razini bi trebala biti usklađenija s potrebama potencijalnih gostiju, posebno s priobalja. Zračna luka Osijek u tom smislu jako je važan partner s kojim TZ

OBŽ zajedno lobira za potrebne prilagodbe i/ili otvaranje novih linija koje se odnose i na program subvencioniranog prometa putnika.

Destinacije koje se nalaze na prostoru Osječko-baranjske županije, pa i cijela Slavonija, obilježene su bogatstvom autentičnih atrakcija i iskustava koje su u procesu razvoja tržišne valorizacije. Netaknuta priroda, brojni kulturno-povijesni spomenici i bogatstvo gastronomske ponude te velik broj povijesnih vinarija kao raritet u Hrvatskoj, stavljaju Slavoniju i Baranju visoko na listi želja za posjet na razini domaćeg tržišta. Tijekom zadnjih pet godina, unatoč ili čak zbog ograničenosti kretanja zbog pandemije, povećala se vidljivost i interes za posjet destinaciji. Rezultat je to i povećane razine ulaganja u razvoj vlastitog brenda i intenziviranje aktivnosti promocije i oglašavanja imidža destinacije Osječko-baranjske županije kao cijele Slavonije i Baranje u zadnjih pet godina. Zahvaljujući mogućnostima sufinanciranja projekata koje nudi **Fond za turistički nerazvijena područja i kontinent**, TZ OBŽ je kao jedna od regionalnih turističkih zajednica, iskoristila isti upravo za realizaciju svoje primarne zadaće – **promocije destinacije**. Isto će činiti i dalje, jer su ulaganja u povećanja vidljivosti destinacije do sada rezultirala povećanjem ukupne turističke dinamike na području Osječko-baranjske županije.

Destinacija bilježi i velika ulaganja javnog sektora u obnovu i stavljanje u funkciju kulturne i prirodne baštine uz pomoć EU fondova. Neki od rezultata ulaganja u kulturnu i prirodnu baštinu kroz EU fondove su obnovljena **osječka Tvrdja**, izgrađen **Gospodarski centar Osječko-baranjske županije** kao važan segment za razvoj poslovnog turizma, obnovljen dvorac-interpretacijski centar **Tikveš** u PP Kopački rit, uređena **pristaništa na rijekama** važna za daljnji razvoj riječnog krstarenja na Dunavu i Dravi, a tijekom 2024. godine otvoren je i obnovljeni **dvorac Pejačević u Našicama** i **koncertna dvorana “Franjo Krežma” Kulturnoga centra Osijek**. Grad Osijek nastavlja investicije u obnovu gradskog kompleksa kupališta – Copacabane i plaže na Dravi, a nedavno je proširena i najduža riječna promenade u Hrvatskoj. Gradovi u OBŽ-u također ulažu u kupališta koja su važna za ponudu tijekom ljetnih mjeseci. Završene su investicije u nove smještaje kapacitete više kategorije: Hotel Materra i klinika Piora – Žito grupe i povezani konferencijski kapacitet, a tijekom 2026. planira se daljnji razvoj kompleksa Terra Negra Žito grupe kroz izgradnju **koncertno-kongresne dvorane i novog hotela**. Krajem iduće godine planiran je završetak radova na hotelu Royal te završetak investicijskih projekata u Valpovu sufinanciranih kroz EU fondove - Rekonstrukcija i dogradnja **hotela Walpo** (hotel baština) dok je Hotel restorana Park uspješno završen. Također očekuje se završetak dijela investicija u ugostiteljske i smještajne kapacitete **Nexe grupe** u Feričancima te otvaranje novog hotela visoke kategorije u **centru Đakova**.

Kad je riječ o stanju turističke suprastrukture, važno je napomenuti da su ulaganja u smještajne kapacitete na razini županije u zadnjih šest godina ozbiljno podigla razinu konkurentnosti ponude kroz mogućnost primanja većih grupa, kao prateću kvalitetu. Ukupan **broj ležaja** iznosio je **do kraja 2024. godine 7.305 kreveta u 875 objekta**, što znači porast broja kreveta u odnosu na 2023. od čak 22% te također velikih 20% više objekata. Krajem **listopada 2025.** godine brojimo **7.498 kreveta**, 900 objekata, što je 6% objekata više, a 3% kreveta više u odnosu na 2024. godinu.

Ugostiteljska ponuda također je doživjela diferenciranost kroz otvaranje niza objekata koji svoju ponudu temelje na bogatoj enogastronomskoj tradiciji. Tako na području županije djeluje sve veći broj relevantnih restorana koji su postali i motiv dolaska dijela posjetitelja kroz ponudu autentičnih jela destinacije, posebno jela na bazi **crne slavonske svinje, riječne ribe** i u naznakama **slavonsko-srijemskog podolca**.

Kad je riječ o turističkoj ponudi na području vrijedna četiri vinogorja (Baranja, Erdut, Feričanci/Našice, Đakovo), može se zaključiti da je kvaliteta vina visoka, no ponuda vezana uz vinski turizam može biti bolje organizirana u smislu radnog vremena vinarija i mogućnosti kušanja. Tu je iznimno velik broj vinsko-turističkih manifestacija koji raste iz godine u godinu na području cijele županije, pa je stoga Osječko-baranjska županija nosila 2025. godine titulu Europske vinske destinacije Dioniz koju dodjeljuje Kulturna ruta Vijeća Europe “Iter Vitis”.

Važno je spomenuti i ponudu tzv. **zanatskih pivovara** kao i proizvodnju **tradicionalnih žestokih pića** kao nedovoljno iskorišten resurs. Iako postoji velik broj manifestacija važno je diferencirati i tržišno vrednovati one s turističkim potencijalom u smislu povećanja broja posjetitelja i/ili potencijalom komuniciranja željenog imidža destinacije na tržištu. Ujedno nužno je razlikovati manifestacije koju pretežno važne za zajednicu od onih koje jesu ili nose potencijal turističkog proizvoda. Kreativna i komunikacijska rješenja koja intrigiraju i skreću pažnju na sebe tako da se diferenciraju od većine promotivnih poruka put su za jačanje vidljivosti napora koji se ulažu u razvoj destinacije.

Tekuća, 2025. godina, pokazala i iznimno značajan doprinos srednjih i velikih **sportskih manifestacija** turističkom sektoru Osječko-baranjske županije. Uz sportske programe, turističko-zabavni sadržaji koji se odvijaju u isto vrijeme na destinaciji doprinose cjelokupnom doživljaju gosta kao i povećanju razine trošenja.

Većina turističkih agencija koje posluju na području županije bave se emitivnim turizmom iz ekonomskih razloga. Postoji svega par agencija koje se bave razvojem receptivnog turizma te im je vrlo važno pružati javnu podršku u razvoju poslovanja. Razvoj atrakcijske osnove važan je trend u zadnjih nekoliko godina, a tu je važno istaknuti ulaganja jedinica lokalne samouprave, Državne ergele Đakovo, Parka prirode Kopački rit, kao i ulaganja Hrvatskih voda u razvoj cikloturističkih ruta. Odgovarajući na nove društvene vrijednosti uvjetovane procesima globalizacije te pritiscima na okoliš, nezaobilazan trend i element ponude turističkih destinacija postaje "**zelena praksa**" i očuvanje prostora. Upravo se tu nalazi jedna od prilika za rast turističke ponude i potražnje na razini županije. Uvažavajući potencijal raspoložive turističke resursno-atrakcijske osnove, sve je veći interes potražnje za proizvodima od posebnog interesa na globalnoj razini kao i određen broj tržišno već spremnih turističkih proizvoda, osobito na području grada Osijeka, šireg prostora Baranje (općine Kneževi Vinogradi i Bilje), ali i u općini Bizovac (revitaliziranje termi), stoga se može reći da postoje prilično dobri preduvjeti za nastavak već uočljivog procesa dinamiziranja turističke aktivnosti na cijelom županijskom području.

Gostoljubivost kao odlika Slavonaca i Baranjaca dobila je u 2025. potvrdu i na svjetskoj razini. Osječko-baranjska županija našla se u društvu **10 najsrdačnijih regija u svijetu prema ocjenama korisnika Booking.com-a** koji svake godine objavljuje Traveller Review Awards 2025. Prije dvije godine županija je ocijenjena kao najsrdačnija regija u Hrvatskoj, a najnovije priznanje od samih korisnika potvrđuje uvriježeno mišljenje o Slavoncima i Barancima kao dobrim domaćinima.

2.1. Turistički proizvodni portfelj Osječko-baranjske županije

Uvažavajući posebice kvalitetu i raznovrsnost, kako prirodne, tako i kulturno-povijesne, resursno atrakcijske osnove na području županije, može se zaključiti da se radi o prostoru prirodno predisponiranom za razvoj većeg broja turističkih proizvoda. To omogućava osmišljavanje, a potom i tržišnu komercijalizaciju cijelog spektra tematiziranih turističkih doživljaja tijekom cijele godine. Proizvodni portfelj strukturiran je na način da različitim kategorijama potrošača pruža raznovrsne mogućnosti i sadržaje. Treba ga razvijati na način da udovoljava kriterijima konkurentne kvalitete, to jest da brine o očekivanjima gostiju, a istovremeno i o očuvanju premisa izvornosti i održivosti područja. Prema Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju (2019.-2025.), poglavlju koji se odnosi na Osječko-baranjsku županiju, definiran portfelj primarnih, sekundarnih i tercijarnih proizvoda na sljedeći način:

PROIZVODNA GRUPA	PROIZVODI					
KULTURNI TURIZAM	Gradski turizam	Turizam baštine	Manifestacije i događanja	Vjerski turizam		
ENO I GASTRONOMSKI TURIZAM	Gastronomski turizam	Turizam vina				
REKREACIJA I BORAVAK U PRIRODI	Planinarenje/ <i>trekking</i>	Cikloturizam	Konjički turizam	Seoski turizam	Lov i ribolov	Ekoturizam
ZDRAVSTVENI TURIZAM	Lječilišni/ medicinski	Wellness				
POSLOVNI TURIZAM	Poslovni sastanci skupovi i konferencije	Sportske pripreme i natjecanja				
POSEBNI PROIZVODI	Tranzitni turizam	Riječni kruzing				

■ Primarni
 ■ Sekundani
 ■ Tercijarni

Osječko-baranjska županija svojom paletom turističkih proizvoda privlačit će sve veći broj različitih interesnih ciljnih segmenata. Vezano uz primarne turističke proizvode, kao posebni ciljni segmenti od osobitog interesa za Osječko-baranjsku županiju, mogu se izdvojiti turisti posebnih interesa, turisti koje zanimaju gastronomija i vinski turizam, aktivni boravak u čistoj i lijepoj prirodi, upoznavanje kulture kroz dvorce i kurije plemića, kroz tradicionalne ili suvremene manifestacije. Turistički proizvodi predstavljaju cjelokupno iskustvo boravka u destinaciji i za njegovu kvalitetu odgovorni su različiti dionici iz privatnog i javnog sektora koji, svaki u svojem segmentu, pridonose stvaranju cjelovitog doživljaja.

Osječko-baranjska županija posjeduje potencijal za razvoj složenog i snažnog portfelja turističkih proizvoda kroz daljnji razvoj svojih postojećih proizvoda, širenje svojih ciljanih tržišnih segmenata i, u konačnici, kroz razvoj novih proizvoda. Primarni i sekundarni proizvodi destinacije traže dodatna ulaganja u daljnji razvoj kako bi se valorizirao njihov pun potencijal. To podrazumijeva širok opseg djelovanja od ulaganja u interpretacijske i animacijske sadržaje, povećanje atraktivnosti i nadogradnje usluga dostupnih posjetiteljima na području cijele županije, kao unapređenje kvalitete ponude smještaja. Važno ulagati posebno u dodatne sadržaje namijenjene obiteljima, kao i poslovnom sektoru, primjerice kroz razvoj usluga za teambuilding programe. Glavni atributi Osječko-baranjske županije u skladu su s trendovima koje odražava turistička potražnja, a to je sve veća potreba za odmakom od užurbane svakodnevice, boravak u okruženju koje je ugodno, u kojem „život teče“ u ritmu koja vraća snagu i gdje se kroz ljude i običaje može doživjeti opuštanje koje se pomalo zaboravlja.

2.2. Stanje u turizmu na području Osječko-baranjske županije

Tablica 1. prikazuje podatke o ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016. do 2024. godine, gdje se jasno vidi turistički rast tijekom prve četiri godine te drastičan pad izazovan „korona krizom“ te oporavak tržišta od 2022. godine.

Tablica 1. – Noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju 2016.-2024.

Godina	Noćenja-ukupno
2016.	178.826
2017.	188.562
2018.	202.287
2019.	234.121
2020.	119.298
2021.	180.734
2022.	240.401
2023.	272.373
2024.	285.682

Izvor: Evisitor

Broj turista je izuzev razdoblja obilježenog pandemijom korona-virusa rastao od 2017. godine do 2019. godine kada bilježimo rast noćenja od 25%. Nakon pandemijskog pada 2020. tržište se postepeno oporavilo do 2022. te čak i brojčano prebacilo do tada rekordnu 2019. godinu. Prema podacima iz 2024. ostvareno je 285.000 noćenja od čega se više od **polovine noćenja** (58 %) ostvarilo u **Osijeku**, u **cijeloj destinaciji Baranja** (3 TZ) se ostvarilo 15 %, zatim slijedi **Đakovo** s 8%, područje Osječko-baranjske županije bez turističke zajednice sa 7 % te Našice s 5%. Ako usporedimo brojke s prethodnom godinom, od većih turističkih zajednica ističe se područje pod nadležnosti Turističke zajednice Osječko-baranjske županije gdje su ostvareni rezultati noćenja bolji za 113,85%, što je direktna posljedica ulaganja u veće smještajne kapacitete poput Hotela Materra, kao i jačeg turističkog usmjeravanja Bizovačkih toplica.

Prema podacima eVisitora na području Osječko-baranjske županije od **1. siječnja do 31. prosinca 2024.** u Osječko-baranjskoj županiji je ostvareno 285.682 noćenja što je porast od 5% u odnosu na isto razdoblje 2024. godine. Noćenja domaćih gostiju porasla su za 11%, dolasci za 13%, dok su strani gosti ostvarili pad noćenja za 2%, a rast dolazaka za 8%. Gotovo polovina noćenja ostvarena je u hotelima (46%), zatim slijede objekti u domaćinstvu (27%), ostali ugostiteljski smještaj (20%) te objekti na OPG-u (3%).

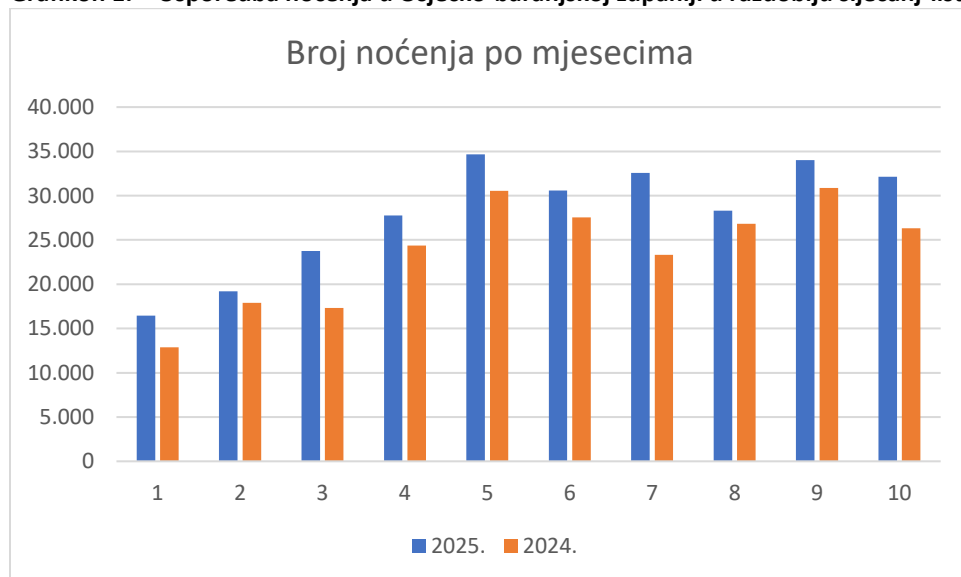
Što se tiče riječnog kruzinga, tijekom 2024. godine u Aljmašu, Batini i Osijeku pristalo je ukupno **93 kruzera s 12.194 putnika** što je smanjenje broja putnika u odnosu na prošlu godinu od 8%, ali i s ostvarenim manjim brojem pristajanja od 18%. I dalje su brojke manje nego rekordne pred korona 2019. godine kada je pristalo 167 kruzera s više od 20.000 putnika. Najviše kruzera pristalo je na putničkom pristaništu Aljmaš (55), zatim Batina (26) te Osijek (12).

U prvih **deset mjeseci 2025.** na području OBŽ ostvareno **17% više noćenja i 14% više dolazaka** u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ostvareno je 131.717 dolazaka i 279.419 noćenja. Podjednako su rasli domaći i strani turisti, domaći su rasli 19% u noćenjima i 18% u dolascima, dok su strani rasli 16% u noćenjima i 7% u dolascima tako da se **udio stranih turista održao na 37% u dolascima te 45% u noćenjima**. Što se tiče porasta noćenja, Osijek ima 15% više noćenja i približno jednak broj noćenja u odnosu na 2024., **Đakovo bilježi 16% više dolazaka i noćenja**, a već drugu godinu zaredom **velik porast u broju noćenja ima prostor Osječko-baranjske županije bez turističkih zajednica** (83% više dolazaka i 76% više noćenja) tako da je ovaj prostor na drugom mjestu iza grada Osijeka. Izdvojimo još porast u noćenjima Belišća 90%, Erduta 49%, Draža 38%, Bizovca 18%, Bilje 9% te Našice i Valpovo 5%. Jedini pad do sada ostvarili su TZ Baranje (4% dolazaka manje) i TZ grada Donjeg Miholjca (3% dolazaka manje). Što se tiče dolazaka i noćenja turista po zemljama, **velik porast ostvarili su gosti iz Poljske** (21% više noćenja), **Mađarske** (16% više noćenja), **Njemačke** te Bosne i Hercegovine (8% više noćenja) i Srbije (7% više noćenja).

Tablica 2. – Turistički promet u OBŽ u razdoblju 1.1.-31.10., usporedba 2025./2024.

01.01.2025.-31.10.2025.		01.01.2024.-31.10.2024.	
Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hrvatska (82.186)	Hrvatska (152.409)	Hrvatska (69.642)	Hrvatska (128.052)
Njemačka (5.548)	Njemačka (16.853)	Njemačka (5.127)	Njemačka (15.580)
Mađarska (5.010)	Mađarska (8.639)	Mađarska (4.300)	Srbija (7.798)
Srbija (4.370)	Srbija (8.365)	Slovenija (3.750)	Mađarska (7.466)
BiH (3.864)	Poljska (7.182)	Srbija (3.634)	Slovenija (6.541)
Slovenija (3.319)	BiH (6.932)	Poljska (3.280)	BiH (6.392)
Poljska (2.678)	Slovenija (6.051)	BiH (3.195)	Poljska (5.904)
SAD (2.553)	Ukrajina (5.648)	SAD (2.526)	SAD (5.086)
Austrija (2.344)	Austrija (5.446)	Austrija (2.338)	Austrija (4.971)
Italija (1.836)	SAD (5.395)	Italija (1.434)	Italija (3.156)

Grafikon 1. – Usporedba noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju siječanj-listopad 2024./2025.



U 2025. godine je **rekordni mjesec svibanj** s ostvarenih više od 34.000 noćenja, prati ga rujan, srpanj, listopad i lipanj, svi s više od 30.000 ostvarenih noćenja. **Najveći porast ostvaren je u srpnju (čak 40%) i ožujku (37%)**, dok su velik rast ostvarili i siječanj (28%) te listopad (22%). Krivulja noćenja po mjesecima pokazuje sezonu koja se proteže kroz proljeće, ljetno i jesen. U svim mjesecima nakon travnja ostvareno je više od 27.000 noćenja. Trendovi pokazuju kako destinacija zaista živi **365 dana u godini** i zbog porasta stranih turista, posebice u ljetnim mjesecima, nema više tzv. „ljetnog odmora“ za lokalne turističke djelatnike. OBŽ je na domaćem tržištu sve više prepoznata kao destinacija kvalitetne i raznolike ponude, dok na stranim tržištima treba nastaviti s ulaganjima u promociju. Posebno se to odnosi na regiju, odnosno susjedne zemlje (Mađarska, Srbija, BiH).

U Osječko-baranjskoj županiji uz TZ Osječko-baranjske županije djeluju još šest gradskih Turističkih zajednica, TZ grada Osijeka, TZ grada Valpova, TZ grada Donjeg Miholjca, TZ grada Đakova, TZ grada Našica, TZ grada Belišća, četiri općinske - TZ općine Bilje, TZ općine Bizovac, TZ općine Draž i TZ općine Erdut te Turistička zajednica Baranje. Na području Županije posluje oko 20 turističkih agencija. Iako je velik dio orijentiran na emitivno poslovanje, sve više jača i ponuda turističkih aranžmana koji organiziraju odmor ili izlet u Osijeku i Osječko-baranjskoj županiji (i području hrvatskog Podunavlja). Riječ je o tematskim putovanjima ili izletima koji uključuju obilazak Osijeka, Đakova, Baranje s PP Kopački rit, obilazak vinograda, Erduta, Aljmaša, Vukovara i Iloka.

3. STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE

Među županijama koje prednjače po broju posjetitelja u kontinentalnom dijelu Hrvatske je i Osječko-baranjska županija. Ispred nje po broju noćenja od 1.1. do 31.10.2025. nalazi se Grad Zagreb, Karlovačka, Krapinsko-zagorska i Zagrebačka županija. Na prostoru pet slavonskih županija, dionici s područja Osječko-baranjske županije lideri su po udjelu ostvarenih noćenja. U razdoblju od 1.1. do 31.10.2025. u Osječko-baranjskoj županiji ostvarilo se **46% ukupnih noćenja u Slavoniji**.

Turizam, koji nije tradicionalna grana ove županije, prepoznat je kao jedan od pravaca gospodarskog razvoja upravo zbog njegove komplementarnosti sa sektorom proizvodnje hrane kao i zbog promjena trendova na globalnom turističkom tržištu. Osječko-baranjska županija će, kao i protekle tri godine raditi na povećanju vidljivosti destinacije kroz aktivnosti promocije i komunikacije i na integraciji turističkih proizvoda. Uz **Hrvatsku kao ključno tržište** destinacije za 2025. godinu prema svim navedenim strateškim dokumentima, dio aktivnosti promocije biti će usmjeren na tržište **Njemačke te zemlje u okruženju** s naglaskom na susjednu mađarsku županiju **Baranya** koja bilježi 2023. godine ukupno **1.023.469 noćenja** što čini priliku za jačanje dnevnih posjeta ili prelijev gostiju u destinaciju.

3.1. Strateški ciljevi Turističke zajednice Osječko-baranjske županije:

- povećanje ukupne konkurentnosti destinacije na ciljanim tržištima
- unaprjeđenje i uspostava sustava upravljanja destinacijom
- stvaranje konkurentnih i diferenciranih turističkih proizvoda
- razvijanje znanja i vještina ljudskih kapaciteta u turizmu
- povećanje prihoda od turizma

3.2. Kratkoročni ciljevi za 2026. godinu. (perspektiva srednjoročna):

- jačanje i daljnji razvoj privlačnog imidža destinacije: daljnji razvoj standarda i komuniciranje krovnog branda destinacije Slavonije i Baranje - HeadOnEast Croatia i branda Slavonija i Baranja
- razvoj sustava za upravljanje destinacijom kroz zajedničke projekte s LTZ sustavom
- povećanje vidljivosti destinacije na domaćem tržištu
- povećanje broja registriranih noćenja u registriranim smještajnim kapacitetima na godišnjoj razini za 3% u odnosu na prethodnu godinu
- povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za 1% u odnosu na prethodnu godinu
- povećanje broja posjetitelja službenih kanala komunikacije za 5% u odnosu na prethodnu godinu

Ostvarenje navedenih ciljeva bit će izvršeno uz poštivanje temeljnih principa održivog razvoja, koji se odnose na okoliš, zajednicu i ekonomsku održivost. Turizam koji se razvija u unutrašnjosti Hrvatske jest održiv po svojoj prirodi, jer se organski razvija, prateći trendove uz maksimalno poštovanje okruženja u

kojem se razvija. Obzirom da je destinacije sastavni dio UNESCO rezervata biosfere Mura Drava Dunav, održivi razvoj postavlja se kao prirodan put razvoja destinacije.

Prijedlog programskih usmjerenja i prijedlog programa rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2026. godinu izrađen je u skladu s odrednicama strateških dokumenata:

- Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine
- Master planom razvoja turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.)
- Strateškim marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025. g.
- Strateškim marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. g.
- Planom upravljanja destinacijom Osječko-baranjske županije od 2026. – 2029. g.

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019; 42/2020) dijeli zadaće u ključne skupine: strateško planiranje i razvoj, upravljanje sustavom turizma, informacije i istraživanja i marketing. U idućem poglavlju prikazani su najvažniji planirani projekti za 2025. godinu unutar pojedinačnih skupina zadaća, grupirani u projektne cjeline. U dijelu aktivnosti operativno je prikazan plan prihoda i rashoda za 2025. godinu.

Strateški pravac i prioriteti sukladno Planu upravljanja destinacijom OBŽ-a za razdoblje 2026. – 2029.

U skladu s vizijom razvoja turizma i definiranim i ciljevima, strateški pravac predstavlja okvir unutar kojeg se usmjeravaju i koordiniraju aktivnosti potrebne za njihovo ostvarenje.

Strateški pravac: Razvoj održive destinacije u kojoj se kroz odgovorno upravljanje turizmom osiguravaju kvalitetni i raznoliki sadržaji za turiste i doprinosi kvaliteti života lokalne zajednice.

Ovaj strateški pravac osigurava usmjerenost na stalni rad na podizanju kvalitete destinacijske ponude, kako kroz razvoj infrastrukture tako i kroz podizanje kvalitete usluga i umrežavanje velikog broja dionika kroz što se može osigurati destinacijski lanac vrijednosti. Kako bi se ovaj strateški pravac ostvario, definirana su četiri prioritetna područja djelovanja usmjerena na ključne izazove budućeg razvoja.

Prioritet 1: Očuvanje prirodnih i kulturnih resursa kao temelja održivog turizma

Ovaj prioritet usmjeren je na zaštitu i odgovorno korištenje prirodnih ljepota i kulturne baštine Osječko-baranjske županije. Cilj je razvijati turizam koji ne narušava okoliš ni identitet prostora, već ih dugoročno čuva i valorizira - kroz kontrolu prihvatnih kapaciteta, očuvanje bioraznolikosti, održivo upravljanje atrakcijama i interpretaciju baštine.

Prioritet 2: Razvoj inovativne, kvalitetne i tržišno prepoznatljive ponude

Ovaj prioritet usmjeren je na stvaranje raznolike i autentične turističke ponude koja se temelji na posebnostima Županije, odgovara suvremenim trendovima i očekivanjima posjetitelja. Kroz inovacije, kreativnu interpretaciju i primjenu novih tehnologija razvijaju se selektivni oblici turizma i oblikuju prepoznatljivi i kvalitetni turistički proizvodi.

Prioritet 3: Razvoj lokalne zajednice i unapređenje upravljanja turizmom

Prioritet se odnosi na poticanje lokalne dionike – poduzetnika, OPG-ova, udruga i institucija – kako bi aktivno sudjelovali u oblikovanju turističke ponude i imali korist od nje. Istovremeno,

jača se sustav upravljanja turizmom kroz bolju koordinaciju između dionika i transparentno donošenje odluka.

Prioritet 4: Unapređenje turističke infrastrukture i ukupne kvalitete doživljaja

Ovaj prioritet usmjeren je na podizanje razine funkcionalnosti, pristupačnosti i uređenosti prostora kako bi se posjetiteljima omogućio siguran i kvalitetan boravak u destinaciji. Obuhvaća razvoj i modernizaciju primarne i sekundarne turističke infrastrukture. Poseban naglasak stavlja se na standarde kvalitete, dostupnost sadržaja za sve skupine posjetitelja te uvođenje upravljanja kvalitetom.

Specifični ciljevi povezani s prioritetima

Specifični ciljevi predstavljaju konkretne smjernice koje proizlaze iz definiranih prioriteta i određuju jasne razvojne zadatke. Ciljevi se temelje na potrebama Osječko-baranjske županije kao turističke destinacije koje su proizašle iz analize stanja i prepoznatih prilika. Svaki specifični cilj usmjeren je na unapređenje određenih segmenata koji čine turističku ponudu.

Specifični cilj 1:

Očuvati i valorizirati prirodnu i kulturnu baštinu kroz odgovorno i održivo korištenje prostora i resursa

Specifični cilj 2:

Razviti raznolik, autentičan i tržišno konkurentnu turističku ponudu temeljenu na inovacijama i lokalnim posebnostima

Specifični cilj 3:

Jačati sudjelovanje lokalne zajednice i učinkovitost upravljanja turizmom kroz partnerstva i suradnju dionika

Specifični cilj 4:

Osigurati kvalitetnu i funkcionalnu turističku infrastrukturu za ugodan, siguran i sadržajno bogat boravak posjetitelja

4. PROJEKTI

Glavne zadaće definirane za razinu regionalne turističke zajednice možemo grupirati u tri skupine:

- **razvoj i marketing destinacije;**
- **integracija turističke ponude** kroz projektne inicijative i koordinaciju razvoja složenih turističkih proizvoda uz **umrežavanje dionika** na lokalnom/regionalnom nivou s ciljem stvaranja međunarodno **konkurentnih turističkih proizvoda;**
- pružanje podrške i partnerstvo u projektima **unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove** destinacije sukladno načelima održivog razvoja.

TZ Osječko-baranjske županije u idućem razdoblju nastaviti će djelovati, sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, kao **“marketing agencija” destinacije** te koordinator i inicijator razvoja **složenih turističkih proizvoda** s konačnim ciljem stvaranja **integriranog sustava za**

upravljanje destinacijom. Stoga je većina projekata međusobno povezana i vodi prema istom cilju, a to je povećanje **ukupne konkurentnosti i tržišne valorizacije destinacije.** Svi turistički proizvodi destinacije će biti uključeni u aktivnosti TZ OBŽ u navedenom razdoblju, no u idućem dijelu teksta posebno će biti obrađeni ključni proizvodi. TZ OBŽ će pružati **stručnu i/ili partnersku podršku infrastrukturnim projektima** koji će rezultirati povećanje ukupne atrakcijske osnove Osječko-baranjske županije.

4.1. Istraživanje i strateško planiranje

TZ OBŽ će nastaviti djelovati tijekom 2026. godine prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine. Također djelovat će prema Master planu turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.), Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. g. **Brand platforma TZ OBŽ** koja je nastala tijekom 2019. godine – **HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja**, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije. Projekt je to koji će se razvijati tijekom 2025. godine s ciljem standardizacije ukupnih komunikacija destinacije i uspostavljanjem integriranog sustava za upravljanje istom. U skladu s očekivanim rastom izvornih prihoda slijedom povećanja broja noćenja u Osječko-baranjskoj županiji i rasta prihoda od sustava turističkih zajednica (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) slijedom rasta broja noćenja na razini Hrvatske, TZ OBŽ usmjeravat će aktivnosti promocije na tržište Njemačke i zemlje u okruženju u prema financijskim mogućnostima. U tom smislu važna aktivnost će biti „in-house“ analiza emitivnih tržišta i najučinkovitijih mehanizama komunikacije i promocije. Uz to, u skladu sa Zakon o turizmu, TZ OBŽ će djelovati i prema Planu upravljanja destinacijom Osječko-baranjske županije za razdoblje 2026.-2029. čije se donošenje očekuje u prosincu 2025. godine. Jedan od projekata u Planu upravljanja je i izrada **strateškog i operativnog marketinškog plana turizma** koji se planira financirati sredstvima iz **Fonda za turizam**. Plan bi se nadgradio na strateški okvir razvoja turizma na nacionalnoj razini te na planove razvoja Županije. Uz to, projektom bi se razradile provedive marketinške aktivnosti s naglaskom na pozicioniranje destinacije, jačanje brenda Osječko-baranjske županije te bolju koordinaciju među turističkim dionicima. Obuhvatio bi sljedeće glavne komponente: analitičku podlogu, strateški i komunikacijski okvir, *operativni marketinški plan te program tržišnih istraživanja i alate za praćenje učinkovitosti.*

4.2. Razvoj turističkog proizvoda

4.2.1. Turistička događanja

Događanja su turistički proizvodi koji nose veliku motivaciju za dolazak u destinaciju. TZ OBŽ će nastaviti davati podršku dionicima na terenu kroz podizanje kvalitete ponude i komunikacije manifestacija. U tom smislu nastavit će se standardizacija komunikacije destinacije kroz (re)dizajn vizualnih identiteta događanja te podršku u (re)definiranju sadržaja ponude događanja. Kroz **mrežnu stranicu Visit Slavonia Baranja**, poticat će se i dalje organizatori manifestacija da sami unose podatke o svom događaju u **Kalendaru manifestacija**, uz odobrenje unesenog sadržaja od TZ OBŽ. Kroz daljnju integraciju događanja u **tematske mjesece ili sezonski prilagođene formate** nastavit će se daljnja promocije destinacije kroz tzv. „**događanja-kampanje**“, koja pozivaju na obilazak destinacije nudeći sadržaj tijekom određenog vremenskog razdoblja. TZ OBŽ će nastaviti razvijati kvalitetu i vidljivost vlastitih destinacijskih događanja koja promoviraju cijelu županiju - **HeadOnEast, Večeri vina i umjetnosti i Vinski mjesec Osječko-baranjske županije/destinacije**. Planirana investicija povećat će se u ovisnosti o financijskim sredstvima **Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent**. TZ OBŽ će također

u suradnji s HTZ-om provesti decentralizirane i planirane javne natječaje za dodjelu potpora iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent.

4.2.2. Aktivni turizam

Outdoor – cikloturizam, hodanje, kajak, jahanje

Tijekom 2026. godine planirano je nastaviti projekt **Slavonija Baranja Outdoors** u suradnji s Upravnim odjelom za gospodarstvo i turizam Osječko-baranjske županije, lokalnim turističkim zajednicama i Športskom zajednicom Osječko-baranjske županije. U 2026. godini plan je izraditi **Bike & Bed standard** te dodatno kreirati nove kružne biciklističke i pješačko-trkačke staze na području županije. Trenutačno se na podstranici <https://visitslavoniabaranja.com/outdoors/bike> nalazi 36 biciklističkih te 11 kružnih pješačko-trkačkih staza stoga bi u 2026. godini pješačko-trkačke staze trebale dobiti prioritet. Razvoj Bike & Bed standarda vezan je pak uz specijaliziranih smještaj i vezane usluge. Na razini županije dodatno će se razviti kriteriji i smjer razvoja ove usluge, uključujući i dodatne uvjete, poticaje, brendiranje, ali i periodičnu kontrolu kvalitete usluge. U 2026. godini nastaviti će se i s uređenjem, označavanjem i održavanjem kružnih cikloturističkih staza, ali i promocijom EuroVelo ruta te Amazon of Europe Bike traila.

TZ OBŽ će tijekom 2026. godine kao partner sudjelovati u provedbi projekta **Drava W.A.V.E. – Water Adventure and Visitor Experience**, sufinanciranog od strane Interreg **CBC Programa Mađarska-Hrvatska**. Nositelj projekta je Ekološka udruga Zeleni Osijek, a partner s mađarske strane je Nacionalni park Dunav-Drava. Kroz projekt se planira stvoriti prekogranična ruta za veslanje Dravom odnosno staviti u funkciju novu vrstu turizma koja se do sada nije razvijala ponajprije zbog granice. Također se planiraju opremiti centri za vodeni turizam u Osijeku, Zlatnoj Gredi i Szaporci. Aktivnosti TZ OBŽ-a u projektu su nadogradnja web stranice Visit Slavonija Baranja, promotivna kampanja za novi proizvod, izrada foto i video sadržaja te studijsko putovanje novinara.

Uz navedene aktivnosti, planirana je podrška **regionalnim manifestacijama** vezanim uz proizvode aktivnog „outdoor“ turizma. Uz navedene aktivnosti, dugoročno je planirana podrška razvoju tematskih hodačkih ruta na najatraktivnijim područjima županije (Bansko brdo, Podunavski put, Krndija, vinogradarska područja i dr.) uz postavljanje „foto-točaka“ u suradnji s lokalnim partnerima (landart intervencije, skulpture i sl.).

Planirana je izrada i **Moto karte** s razrađenim preporukama za područje Osječko-baranjske županije. Pripremne radnje za izradu moto-turističke karte su izrađeni, razrađeno je 6 preporuka za vožnju ruralnim kraojilicima Slavonije i Baranje.

4.2.3. Vinski turizam i gastronomija

Tijekom 2026. godine, nastavlja se provedba novog EU projekta sufinanciranog kroz **Program Interreg Dunav** pod nazivom **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt se bavi razvojem i promocijom Dunavske vinske rute te Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe. Nositelj projekta je **Dunavski centar za kompetencije**, a ukupno je 13 partnera uključeno u provedbu koja traje ukupno 30 mjeseci. Projekt se jednako vezuje uz razvoj kulturnog turizma. S obzirom da je kraj projekta 30. lipnja 2026. godine do kraja projekta planirano je ugostiti influencere te održati dio programa Trening akademije kulturnih ruta.

TZ OBŽ sudjelovat će kao partner u provedbi projekta **Wine Heritage**, sufinanciranog od strane **Interreg CBC programa Hrvatska-Srbija**, u kojoj je **vodeći partner Općina Kneževi Vinogradi**, dok su partneri Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj Klub članova selo, Turistička organizacija Vojvodine te Opština Sremski Karlovci. Cilj projekta ukupne vrijednosti 972.707,91 € je jačanje ekonomske aktivnosti regije kroz razvoj održive i društveno-inovativne turističke ponude vinskog i kulturnog turizma u srednjem dijelu dunavskog sliva. U projektu će se urediti infrastruktura u Općini Kneževi Vinogradi te Opštini Irig, razvit će se prekogranični itinerari, organizirati konferencije i studijska putovanja te organizirati vinska događanja. Aktivnosti TZ OBŽ-a su organizacija studijskog putovanja u Italiju, organizacija umjetničke kolonije i Večeri vina i umjetnosti, promo kampanja, organizacija vinskih radionica i stvaranje baze fotografija.

Rezultati se čekaju za prijavljeni projekt na Program transnacionalne suradnje Interreg IPA Adriatic 2021. – 2027. **Romans Wine Adriatic for You (#RWA4U)** – Innovation-based cooperation in the Adriatic Ionian Region. Vodeći partner Instiut za razvoj i međunarodne odnose; partneri Dunavski centar kompetencije, Ptuj, Sveučilište u Macerati, Ministarstvo turizma Crne Gore, Gospodarska komora Zapadno-hercegovačke županije i dr.

TZ OBŽ će nastaviti organizirati događanja koja promoviraju vinski turizam poput **Večeri vina i umjetnosti, Vinskog mjeseca Osječko-baranjske županije/destinacije, WineOs-a Vinatlona** i drugih. Također u suradnji s HAPIH-om organizirat će se promocije destinacije uz **mobilnu „vinsku prikolicu“** brendiranu u HeadOnEast Croatia / Slavonija & Baranja standardu i to na domaćem tržištu u županijama iz kojih dolazi najveći broj gostiju destinacije. Isti model bit će korišten na tržištima susjednih zemalja. TZ OBŽ će promocije vinske ponude destinacije pratiti s turističkom promocijom iste kroz podržavanje aktivnosti Udruge Graševina Croatica. S istim parnerima planiran je nastavak organizacije konferencije Graševina Osijek.

Jedan od glavnih ciljeva u 2026. godini je unapređivanje i promocija **gastronomске ponude** što se odnosi na ulazak u projekt **Okusi hrvatske tradicije** u koji je TZ OBŽ ušla krajem 2025. zajedno s lokalnim partnerima: TZ grada Osijeka, TZ općine Bilje, TZ grada Đakova, TZ Baranje i TZ grada Našica. U projekt je uključeno 12 županijskih turističkih zajednica, a partneri su Hrvatska turistička zajednica, dok je Ministarstvo turizma i sporta pokrovitelj nacionalnog festivala Okusi hrvatske tradicije koji se održava u studenom. Glavni cilj, osim označavanje (labeling) ugostiteljskih objekata nosioca standarda Okusi tradicije, je izgradnja njihovog identiteta kao mjesta koja garantiraju i pružaju istinski doživljaj blagovanja lokalnih jela i pića. Krajnji cilj je kontinuitet i održivost kvalitete ponude, postizanje izvrsnosti i inovativnosti u upotrebi tradicijskih namirnica, te u konačnici oblikovanje tematskih restorana – restorana s tradicijom, koji će stalno nuditi više tipičnih lokalnih jela. Nosioći standarda su ugostiteljski objekti koji svoju ponudu oblikuju u suglasju Pravilnikom za dodjelu standarda. Objekti se označavaju sa standardiziranom pločom sa jedinstvenim znakom i logotipom uz dodatak lokalno prostornog određenja – **Okusi Slavonije i Baranje**. Trenutačno je na području Osječko-baranjske županije obuhvaćeno 20 restorana: Waldinger, Crna svinja, Čarda kod Baranjca, Čingi lingi čarda, Darocz, Didin konak, Drvena bajka, Meandar – Hotel Osijek, Josić, Baranjska kuća, Kod javora, Kod Varge, Kovač čarda, Kuća dide Tunje, Laguna, Loora, Projekt 9, Ribnjak, Karaka te jedna kušaonica: Naša bačva.

Planirano je i izdavanje **Gault&Millau** kataloga za Slavoniju i Baranju. Gault&Millau jedan je od dva najvažnija gastronomska vodiča na svijetu te jedan od najjačih brendova na međunarodnoj gastronomskoj sceni. Pokrenut 1962. godine, danas izlazi u 20 zemalja i kroz svoj globalni network partnerima svake godine osigurava sve respektabilniju međunarodnu promociju. Hrvatsko izdanje vodiča izlazi od 2018. godine, predstavlja najbolje restorane, hotele, POP lokale i kušaonice vina diljem zemlje,

uvrštene prema međunarodnim standardima Gault&Millau-a. Ciljevi izdavanja posebnog Gault&Millau vodiča za Slavoniju i Baranju su pozicionirati županiju kao gastronomsko i eno-turističko središte kontinentalne Hrvatske,, pružiti posjetiteljima praktičan i inspirativan vodič za istraživanje regije te omogućiti lokalnim subjektima (restorani, vinari, smještaj, manifestacije) kvalitetnu promociju u prestižnom mediju. Planirano je 200 stranica na hrvatskom i engleskom jeziku. U projekt su kao partneri uključeni i turističke zajednice Vukovarsko-srijemske, Virovitičko-podravske te Požeško-slavonske županije.

4.2.4. Kulturni turizam

Iako ovaj proizvod podrazumijeva gradski turizam, turizam baštine i događanja te vjerski turizam, unutar teksta obrađene su pojedine inicijative vezane za tržišnu valorizaciju i promociju kulturne baštine destinacije. TZ OBŽ uz promociju proizvoda kulturnog turizma, bit će aktivno uključena u projekt **Kulturnih ruta vijeća Europe** te dalje raditi na povećanju vidljivosti kulturne baštine Osječko-baranjske županije. Tijekom 2026. godine nastavit će se provedba projekta sufinanciranog kroz **Program Interreg Dunav** pod nazivom **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt se bavi razvojem i promocijom Dunavske vinske rute, Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe, kao i razvojem kulturno-turističkih „proizvodnih klubova“. Uz komunikaciju, aktivno se raditi na razvoju doživljaja vezanim uz kulturu kroz modele „**živeće povijesti**“ i **pripovjedanja**, kao i interpretacije baštine. Osim toga, TZ OBŽ nastavit će pružati stručnu podršku u razvoju sadržaja za buduće turističke i interpretativne centre koji će biti u programu obnove ili izgradnje.

4.2.5. Ruralni turizam

Jedan od glavnih motiva dolaska je boravak ili posjeta **autentičnih imanja u ruralnom prostoru**. U narednom razdoblju TZ OBŽ će nastaviti educirati dionike o potrebi **razvoja dodatne ponude** na OPG-ovima poput ponude radionica kuhanja tradicionalnih jela na OPG-ovima, uključivanja u radove na imanjima, programe kontakta s domaćim životinja i slično. Projektne inicijative poput **Mjeseca baranjske kuhinje** potvrđuju da tržište ima interes za takvim proizvodima, a da sami ponuđači nisu svjesni vještina i znanja koje mogu turistički valorizirati kroz naplatu posebnih doživljaja ove vrste. Ruralni turizam spaja i vinske, gastronomske, prirodne i kulturne resurse te će se veći dio aktivnosti koje se odnose na ove proizvode valorizirati kroz ruralni turizam. Velik dio promotivnih aktivnosti destinacije bit će i dalje usmjeren je na povećanje vidljivosti ponude u ruralnom prostoru destinacije, kao velikom atrakcijskom čimbeniku.

4.2.6. Riječni krizing

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Vukovarsko-srijemske i Brodsko-posavske županije nastavit će se projekti promocije ponude destinacije za **krizing industriju**. Kroz redovitu komunikaciju s pružateljima usluga i uključenim agencijama razvijat će se nove usluge i doživljaji za ovu ciljanu skupinu gostiju.

4.2.7. Lov i ribolov

Lov i ribolov će biti sastavni dio aktivnosti koji se odnose na razvoj i promociju proizvoda, a u skladu s projektima i potrebama partnerskih dionika na terenu, te vlastitim mogućnostima, TZ OBŽ će osigurati stručnu podršku u brendiranju i promociji proizvoda kroz promotivne materijale. Podršku će TZ OBŽ osigurati velikim međunarodnim sportskim natjecanjima prema svojim mogućnostima.

4.2.8. Javna turistička infrastruktura

TZ OBŽ nastaviti će pružati podršku jedinicama lokalne samouprave tijekom prijave i provedbe projekata razvoja javne turističke infrastrukture sufinanciranih kroz fondove Europske unije.

4.3. Komunikacija i oglašavanje

4.3.1. Razvoj brand platforme destinacije – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja

Brand platforma TZ OBŽ – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja strateški je marketinški projekt na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije. Brandiranje destinacije započelo je kroz ovaj projekt 2019. godine, a od 2020. do 2025. godine nastavljen je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama daljnja standardizacija komunikacija turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne ponude destinacije. Brand platforma HeadOnEast Croatia ima tri razine iste važnosti:

- **slogan HeadOnEast Croatia** (*"kreni na istok Hrvatske"*)
- **modularni vizualni standard** koji se primjenjuje na komunikaciju turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne destinacije
- **hedonizam** kao poruka o doživljaju koji destinacija nudi



Razvoj brand platforme je organski proces u ovom slučaju, jer se usuglašava s potrebama razvoja sustava za komunikaciju i upravljanje destinacijom, i kao takav nije klasični projekt brendiranja. Iz branda platforme proizlaze potom proizvodi poput manifestacija, suvenira, posebnih turističkih proizvoda usuglašenog komunikacijskog standarda i dr.

Neki od primjera:



BARANJA
**Wine
&Walk**
Bansko brdo



Tijekom 2026. godine brand platforma će se razvijati kroz pripremu novih kreativnih koncepata, grafičkih rješenja, izradu multimedijalnih sadržaja, produkciju suvenira, oglasnih i promotivnih materijala. U okviru projekta planirana su i daljnja ulaganja u unapređenje i održavanje internet stranice, banku fotografija, pisanih materijala i prijevode.

Uz postojeće promotivne materijale i suvenire, planiran je nastavak izdavanja **časopisa o destinaciji**, a isti će biti distribuiran prema ponuđačima na terenu kao informacija za gosta koji boravi u destinaciji. Do sada su tijekom 2024. i 2025. godine realizirana 4 izdanja destinacijskog časopisa, a tijekom 2026. planirano je izlaženje dva nova sezonska izdanja. Dio projekta je ulaganje u banku fotografija i pisanih tekstova, upravljanje mrežnom stranicom, kao i sve aktivnosti vezane uz promotivne materijale.



4.3.2. Promocija destinacije – HeadOnEast Croatia, Via Slavonija Baranja

TZ OBŽ nastavit će aktivnosti promocije destinacije uz komunikaciju ključnih brandova Osječko-baranjske županije – **HeadOnEast Croatia i Via Slavonija Baranja**. Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20) TZ OBŽ je kao regionalna turistička zajednica zadužena za aktivnosti brandiranja i promocije destinacije te tu vrstu aktivnosti koordinira u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama. Tijekom 2026. godine koristit će se nova komunikacijska rješenja usklađena s rješenjima iz 2022. godine.



U skladu s očekivanim rastom izvornih prihoda slijedom povećanja broja noćenja u Osječko-baranjskoj županiji i rasta prihoda od sustava turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice, Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) slijedom rasta broja noćenja na razini

Hrvatske, TZ OBŽ usmjeravat će aktivnosti promocije na tržište **Njemačke** i u slučaju daljnjeg rasta broja noćenja tijekom 2025. godine na **zemlje u okruženju** s naglaskom na **Mađarsku, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju i Sloveniju**.

Najveći dio projekta odnosit će na **oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda** i to putem on-line kanala, potom na offline oglašavanje koje uključuje tisak, televiziju (prema mogućnostima), radio i vanjsko oglašavanje. Projekt uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.platforme). Prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ će najveći dio ulaganja usmjeriti na on-line oglašavanje. Sva komunikacija provodit će se uz isticanje Slavonije i Baranje i informaciju o nositelju komunikacije - TZ Osječko-baranjske županije.

Tijekom 2026. planiran je nastavak projekata strateških partnerstava vezanih uz avio-linije **Munchen-Osijek (Croatia Airlines)** i **London-Osijek (Ryanair)** u suradnji sa **Zračnom lukom Osijek, Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Grada Osijeka** i prethodno spomenutim avio prijevoznicima.

4.3.3. Sajmovi i prezentacije

Tijekom 2026. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim i gospodarskim sajmovima i izložbama, i to na sajmu **F.re.e. u Munchenu, Alpe Adria u Ljubljani, Ferien-Messe u Beču, Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu, Fiera del Cicloturismo Padova, Tourism Expo Sarajevo** i drugim lokacijama u ovisnosti financijskim resursima za nastup na svakom od tržišta i prometnoj povezanosti prema destinaciji. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi najvećim dijelom na nacionalnom tržištu i tržištu zemalja u okruženju, samostalno i u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole Osijek, Klasterom Slavonija i s DMK tvrtkama. Uz ovaj projekt provodit će se i projekt suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija koji uključuje dio navedih nastupe na sajmovima i prezentacijama.

4.3.4. Studijska putovanja

Tijekom 2026. godine planirane su aktivnosti (su)organizacije studijskih putovanja za predstavnike **turističkih agencija i predstavnike medija** samostalno i u suradnji s predstavnicima sektora, s ciljem uspostave novih partnerstava u plasmanu destinacije i povećanja vidljivosti ukupne turističke ponude Osječko-baranjske županije. Također je planirano studijsko putovanje vinara u Italiju unutar projekta Wine Heritage

4.3.5. Klaster Slavonija

TZ OBŽ je dio **Klastera Slavonija** – neformalnog udruženja pet slavonskih županijskih turističkih zajednica. U okviru projekta planiran je daljnji razvoj **branda Slavonija** u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju kao destinaciju. To se prije svega odnosi na realizaciju zajedničkih promotivnih kampanja i zajedničke nastupe na sajmovima, posebnim prezentacijama i radionicama kroz model neformalnog udruživanja turističkih zajednica te razvoj proizvoda s naglaskom na **enogastronomiju**.

Planirana je prijava zajedničkih projekata na Fond za udružene turističke zajednice. Tijekom 2023. godine



lansiran je novi vizualni identitet i slogan kojim pet županijskih turističkih zajednica promovira Slavoniju: **Nema joj ravne**. Tijekom 2026. godine planirana je daljnja promocija destinacije pod istim sloganom.

4.3.6. Kreiranje promotivnih materijala

Planirano je i izdavanje **turističke karte Slavonije i Baranje**, kao i **ažuriranje brošure HeadOnEast Croatia** s novim fotografijama i tekstovima. Brošura je izdana 2020. godine i potrebno je ažurirati s novim podacima, atrakcijama i objektima. U tom procesu započet će se s pripremama za izdavanje enogastro, outdoor, kulturni („sakralno-plemički“), city break te „ruralne“ mini brošure koji bi funkcionirali samostalno kao separati. Plan je napraviti i sažeti kalendar ponajboljih događanja koji bi pokrio područje cijele Slavonije i Baranje.



4.4. Upravljanje destinacijom

U skladu sa Zakon o turizmu i vezanim pravilnicima, TZ OBŽ je koordinirao izradu Nacrta Plana upravljanja destinacijom Osječko-baranjske županije za razdoblje 2026. – 2029. te je 2026. godina prva po redu za koju će trebati pratiti izvršenje plana.

Tijekom 2020. godine u koordinaciji TZ OBŽ sa sustavom lokalnih turističkih zajednica, dogovoren je inicijalni prijedlog podjele prostora Osječko-baranjske županije na „mikro“ destinacije koje imaju potencijal udruživanja s ciljem jačeg pozicioniranja ukupne destinacije na tržištu. Povjerenstvo je tijekom proteklog razdoblja dalo suglasnost za neformalno udruživanje na razini Baranje, Đakovštine i našičkog kraja. Tijekom 2026. godine TZ OBŽ nastaviti će operativno i savjetodavno pružati podršku lokalnim turističkim zajednicama, neformalno udruženim turističkim zajednicama i jedinicama lokalne samouprave, posebno u aktivnostima koje se odnose na integriranje turističkih proizvoda, promociju i brendiranje u skladu sa svojim zadaćama te izradu i praćenje realizacije planova upravljanja destinacijom.

Kroz daljnji razvoj HeadOnEast Croatia – Visit Slavonia Baranja planiran je daljnji razvoj sustava upravljanja destinacijom u suradnji s područnom i lokalnim turističkim zajednicama. Suradnjom sa sustavom TZ na lokalnoj i regionalnoj razini, suradnjom sa strukovnim udruženjima unutar turističkog sektora TZ OBŽ će aktivno sudjelovati u kreiranju i provedbi kvalitetnih sadržaja turističke ponude destinacije. Planiran je nastavak suradnje s Regionalnim centrom kompetentnosti Ugostiteljsko-turističke škole u Osijeku. TZ OBŽ će nastaviti razvijati partnerske platforme koja okupljaju ključne dionike za razvoj pojedinog turističkog proizvoda. Unutar projekta planirane su (su)organizacija i sudjelovanje na edukacijama i stručnim skupovima te sredstva za rad tijela Zajednice.

TZ OBŽ će također u skladu sa zakonskim zadaćama sudjelovati u realizaciji strateškog marketinškog projekta „Hrvatski digitalni turizam“ čiji je koordinator Hrvatska turistička zajednica. Tijekom navedenog razdoblja unutar projekta planirano je upravljanje sustavom eVisitor, aktivnosti vezane uz edukacijski program te nadzor i koordinaciju sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

U cilju unapređenja kvalitete ponude destinacije plan je razviti tijekom iduće tri godine, ukoliko se to pokaže tržišno opravdanim, **sustav kvalitete** pod istim brandom i skraćenim nazivom **HQ – HeadOnEast Croatia Quality** odnosno **High Quality** u suradnji s Osječko-baranjskom županijom. Prva faza

ove aktivnosti uključuje razvoj sustava godišnjeg nagrađivanja kvalitete i izvrsnosti ponude članova turističke zajednice te daljnji nastavak kroz razvoj sustava označavanja kvalitete. Jednako tako u funkciji promotivnog materijala i sredstva za povećanje lojalnosti posjetitelja planirana je unutar iduće tri godine izrada HeadOnEast Croatia / Slavonija & Baranja putovnice, po uzoru za planinarske knjižice za pečate i kao temelj za sustav nagrađivanja lojalnosti destinaciji.

4.6. FONDOVI – posebne namjene

Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu

Planirano je sufinanciranje projekata na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu kroz Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu. Sredstva iz Fonda dodjeljivat će se tijekom 2026. godine osnovi indeksa turističke nerazvijenosti (<http://www.iztg.hr/hr/itr/>). TZ OBŽ u svojstvu RTZ-a dodjeljivat će financijska sredstva prema LTZ sustavu u suradnji Hrvatskom turističkom zajednicom te nadzirati provedbu i proces izvještavanja.

5. PLAN AKTIVNOSTI ZA 2026. GODINU

5.1. PRIHODI

Planirana sredstva: 1.278.000,00 eur

Prihodi su planirani u ukupnom iznosu 1.278.000,00 eur i detaljno su razrađeni u tabličnom prikazu programa rada – strukturi planiranja Turističke zajednice Osječko-baranjske županije koji je sastavni dio dokumenta.

Izvorni prihodi

Planirana sredstva: 246.000,00 eur

Turistička pristojba: 80.000,00 eur

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2026. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i gospodarska kretanja tijekom 2025. godine. Nastavno na isto planirano je povećanje prihoda od turističke pristojbe za 29% u odnosu na plan za 2025. godinu, temeljeno na razini povećanja turističkog prometa u 2025. godini, ali i na povećanju turističke pristojbe koja od 1.1.2026. godine iznosi 1,60 odnosno 1,30 eura ovisi o općinama ili gradovima gdje borave turisti.

Turistička članarina: 166.000,00 eur

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u 2026. godini u obzir je uzet fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i tržišna kretanja tijekom 2025. godine. Nastavno na isto planirano je povećanje prihoda od turističke članarine na razini od 20% u odnosu na plan za 2025. godinu, zbog razine ukupnih prihoda koje će obveznici iskazati u financijskim izvješćima za 2025. godinu, što će rezultirati povećanjem vrijednosti predujma za turističku članarinu.

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:

Planirana sredstva: 230.000,00 eur

Planirana je jednaka razina prihoda od Osječko-baranjske županije u odnosu na utrošena sredstva tijekom 2025. godine, uz prihod namijenjen za programske aktivnosti (177.000,00 EUR, od čega se 30.000,00 € odnosi na HeadOnEast) i rad ureda (53.000,00 EUR), u suradnji s Upravnim odjelom za gospodarstvo i turizam Osječko-baranjske županije.

Prihodi od sustava turističkih zajednica:

Planirana sredstva: 410.000,00 eur

Očekuje se blago povećanje sredstava od sustava turističkih zajednica u odnosu na očekivano izvršenje tijekom 2025. godine zbog prijave većih iznosa na natječe HTZ-a. Prihod se odnosi na sredstva plasirana kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Uz to planiran je prihod od sustava turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije slijedom suradnje na projektima čiji je nositelj Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, od kojih izdavajmo novi projekt Okusi hrvatske tradicije.

Prihodi iz EU fondova:

Planirana sredstva: 118.000,00 eur

Očekuje se i prihod od EU projekata financiranog kroz Program transnacionalne suradnje Interreg Dunav 2021.-2027. (#RomansWineDanube), kao i projekata prekogranične suradnje: CBC Hrvatska-Srbija (Wine Heritage) te CBC Mađarska-Hrvatska 2021.-2027. (Drava W.A.V.E)

Preneseni prihodi iz prethodne godine:

Planirana sredstva: 30.000,00 eur

Planiran je i prijenos prihoda iz 2025. godine koji će se iskoristiti za financiranje troškova planiranih aktivnosti tijekom 2026. godine.

Ostali prihodi:

Planirana sredstva: 244.000,00 eur

Planiran je prihod vezan uz realizaciju strateških partnerstava vezanih uz avio prijevoz na emitivnim tržištima i promociju destinacije u suradnji sa Zračnom lukom Osijek i drugim dionicima te za suradnju s partnerima manifestacija i zakup ugostiteljskih kućica na manifestaciji HeadOnEast.

5.2. AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Planirana sredstva: 30.000,00 eur

TZ OBŽ će djelovati tijekom 2026. godine prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, Master planu turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.), Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te

Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. g. Brand platforma TZ OBŽ koja je nastala tijekom 2019. godine – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije koji će se nastaviti razvijati i tijekom 2025. godine.

S ciljem strateškog pozicioniranja Osječko-baranjske županije na turističkom tržištu te izradnje prepoznatljivog brenda predviđa se izrada strateškog i operativnog marketinškog plana turizma. Plan bi se nadgradio na strateški okvir razvoja turizma na nacionalnoj razini te na planove razvoja Županije. Uz to, projektom bi se razradile provedive marketiške aktivnosti s naglaskom na pozicioniranje destinacije, jačanje brenda Osječko-baranjske županije te bolju koordinaciju među turističkim dionicima. Obuhvatio bi sljedeće glavne komponente: analitičku podlogu, strateški i komunikacijski okvir, operativni marketinški plan te program tržišnih istraživanja i alate za praćenje učinkovitosti.

Također, planom bi se definirali mehanizmi koordinacije i implementacije, pri čemu se predviđa ključna uloga Turističke zajednice Osječko-baranjske županije kao koordinatora promocijskih aktivnosti.

Uz predviđene rashode, aktivnost će biti realizirana kroz kontinuirani rad djelatnika Zajednice.

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata:

Planirana sredstva: 30.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, Osječko-baranjska županija, sustav turističkih zajednica na području RTZ-a

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, partneri u realizaciji projekata komunikacije i oglašavanja

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Planirana sredstva: 360.000,00 eur

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije

TZ OBŽ će tijekom cijele godine u okviru redovite djelatnosti analizirati stanje resursne osnove na osnovi koje će poticati daljnji razvoj i unapređenje svih turističkih proizvoda u suradnji s područnom i lokalnim turističkim zajednicama na području TZ OBŽ, Osječko-baranjskom županijom i drugim partnerima.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Planirana sredstva: 81.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije, HTZ, MINTS, Dunavski centar za kompetencije, Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova Selo"

Grupa aktivnosti podrazumijeva razvoj proizvoda vezanih uz aktivni, kulturni i enogastro turizam s ciljem podizanja kvalitete ponude u destinaciji te pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije.

2.2.1. Razvoj sustava kvalitete proizvoda na razini destinacije - "Slavonia Baranja Outdoors" aktivni turizam:

Opis i cilj aktivnosti: tijekom 2026. godine planirano je nastaviti projekt Slavonija Baranja Outdoors u suradnji s Upravnim odjelom za gospodarstvo i turizam Osječko-baranjske županije, lokalnim turističkim zajednicama i Športskom zajednicom Osječko-baranjske županije. Nakon izrađenog vizualnog identiteta, standarda signalizacije za biciklističke i pješačko-trkačke staze te mrežne podstranice, u 2026. plan je izraditi Bike & Bed standard te dodatno kreirati nove kružne biciklističke i pješačko-trkačke staze na području županije. Trenutačno se na podstranici <https://visitslavoniabaranja.com/outdoors/bike> nalazi 36 biciklističkih te 11 kružnih pješačko-trkačkih staza stoga bi u 2026. godini pješačko-trkačke staze trebale dobiti prioritet. Razvoj Bike & Bed standarda vezan je pak uz specijaliziranih smještaj i vezane usluge. Na razini županije dodatno će se razviti kriteriji i smjer razvoja ove usluge, uključujući i dodatne uvjete, poticaje, brendiranje, ali i periodičnu kontrolu kvalitete usluge. U 2026. godini nastaviti će se i s uređenjem, označavanjem i održavanjem kružnih cikloturističkih staza. Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, LTZ, Športska zajednica Osječko-baranjske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2026.

2.2.2. Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije

Planirana sredstva: 66.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, Dunavski centar za kompetencije, Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova Selo"

2.2.2.1. Kulturni turizam – projekt Romans Wine Danube, Interreg Dunav

Opis i cilj aktivnosti: aktivnost se odnosi na provedbu projekta sufinanciranog kroz EU program transnacionalne suradnje Interreg Dunav **#RomansWineDanube – Marketing framework for sustainable cultural tourism development**. Projekt će se baviti razvojem i promocijom Dunavske vinske rute te Rute rimskih careva koja nosi oznaku Kulturne rute Vijeća Europe. Nositelj projekta je **Dunavski centar za kompetencije**, a ukupno je 13 partnera uključeno u provedbu koja traje do 30.6.2026. Projekt se jednako vezuje uz razvoj kulturnog i vinskog turizma. Aktivnosti čija provedba je planirana za 2026. godinu – razvoj i promocija oznake "Vina s Dunava", studijski posjet influencera, trening akademija i druge aktivnosti.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, JUŽRA OBŽ, Dunavski centar za kompetencije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - lipanj 2026.

2.2.2.2. Iter Vitis: Dioniz - OBŽ Vinska destinacija godine 2025.

Tijekom 2026. godine nisu planirana sredstva za aktivnost.

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

2.2.2.3. Vinski turizam - projekt Wine Heritage (CBC Croatia-Serbia)

Opis i cilj aktivnosti: aktivnost se odnosi na provedbu projekta sufinanciranog kroz EU program Interreg CBC Hrvatska-Srbija **Wine Heritage**. Nositelj projekta je **Općina Kneževi Vinogradi**, dok su partneri Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj Klub članova selo, Turistička organizacija Vojvodine te Opština Sremski Karlovci. Cilj projekta ukupne vrijednosti 972.707,91 € je jačanje ekonomske aktivnosti regije kroz razvoj održive i društveno-inovativne turističke ponude vinskog i kulturnog turizma u srednjem dijelu dunavskog sliva. Aktivnosti TZ OBŽ-a su organizacija studijskog putovanja u Italiju, organizacija umjetničke kolonije i Večeri vina i umjetnosti, promo kampanja, organizacija vinskih radionica i stvaranje baze fotografija.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, JUŽRA OBŽ, Općina Kneževi Vinogradi, Klub članova Selo

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 31.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2026.

2.2.2.4. Outdoor turizam - projekt Drava W.A.V.E (CBC Hungary-Croatia)

Opis i cilj aktivnosti: aktivnost se odnosi na provedbu projekta sufinanciranog kroz EU program Interreg CBC Mađarska-Hrvatska projekta **Drava W.A.V.E. – Water Adventure and Visitor Experience**. Nositelj projekta je Ekološka udruga Zeleni Osijek, a partner s mađarske strane je Nacionalni park Dunav-Drava. Kroz projekt se planira stvoriti prekogranična ruta za veslanje Dravom odnosno staviti u funkciju novu vrstu turizma koja se do sada nije razvijala ponajprije zbog granice. Aktivnosti TZ OBŽ-a u projektu su nadogradnja web stranice Visit Slavonija Baranja, promotivna kampanja za novi proizvod, izrada foto i video sadržaja te studijsko putovanje novinara.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, MINTS, JUŽRA OBŽ, Udruga Zeleni

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2026.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

Planirana sredstva: 277.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, MINTS, HTZ, LTZ, JLS na području OBŽ

Tijekom 2026. godine planirana je podrška razvoju turističkih događanja kroz (su)organizaciju sljedećih destinacijskih događanja: **HeadOnEast, Večer vina i umjetnosti i Vinski mjesec Osječko-baranjske županije/destinacije**. Riječ o manifestacijama čiji je organizator TZ OBŽ koje uz generiranje noćenja i atraktivnih sadržaja u destinaciji, predstavljaju imidž proizvode koji direktno doprinose promociji i vidljivosti destinacije kroz intenzivnu medijsku zastupljenost na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj

razini. Uz to, planirano je sufinanciranje i suorganizacija drugih manifestacija od lokalnog do međunarodnog značaja.

2.3.1 Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ:

Planirana sredstva: 250.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS, HAPIH, Udruga Graševina Croatica

2.3.1.1. HeadOnEast festival

Opis i cilj aktivnosti: HeadOnEast festival je najveća manifestacija koju suorganizira TZ OBŽ i na kojem se prezentira sve najbolje od turističke ponude Slavonije i Baranje, od prepoznatljivih manifestacija do enogastro i raznovrsne umjetničke ponude. Riječ o atraktivnom destinacijskom proizvodu – događaju s jednim od najvećih potencijala rasta na području Osječko-baranjske županije koji je 2025. godine zabilježio oko 30.000 posjetitelja. Troškovi se odnose na: montažu i najam kućica i štandova, najam i montažu bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorare i putne troškove za izvođače, umjetničke skulpture i instalacije, logističku podršku manifestaciji, troškove uređenja prostora, medijsko pokroviteljstvo i oglašavanje, čišćenje površina te organizacija programa HeadOnEast-a.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS, Grad Osijek, Kulturni centar Osijek, Sveučilište J.J. Strossmayer u Osijeku

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 180.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2026.

2.3.1.2. Večer vina i umjetnosti

Opis i cilj aktivnosti: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije tradicionalno organizira Večer vina i umjetnosti, čija se realizacija planira tijekom 2026. godine u svibnju i/ili srpnju. Troškovi se odnose na: prijevoz i montažu štandova, najam i montažu bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, logističku podršku manifestaciji, troškove uređenja prostora, oglašavanje i dr.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ/MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2026.

2.3.1.3. Vinski mjesec Osječko-baranjske županije/destinacije

Opis i cilj aktivnosti: Manifestacija pokrenuta 2020. godine s osnovnim ciljem pružanja dodatnog motiva za dolazak i promociju destinaciju kroz organiziranje „**disperzirane manifestacije**“ uslijed pandemije korona virusa. Manifestacija počiva na konceptu **četiri vinogorja – četiri vikenda vinskog hedonizma**. Troškovi se odnose na participaciju u troškovima pripreme promotivnog materijala, promocije, logističku podršku manifestaciji, suorganizaciju vinskih radionica, oglašavanje i dr.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj-srpanj 2026.

2.3.1.4. Oprema za realizaciju manifestacija i skladištenje

Opis i cilj aktivnosti: aktivnost se odnosi na nabavku i skladištenje opreme potrebne za realizaciju manifestacija na području Osječko-baranjske županije. Uključuje nabavku štandova, kupola, šatora, scenografskih elemenata, suncobrana, opreme za sjedenje, stolove i sličan profil opreme te skladištenje i upravljanje istim.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

2.3.2 Potpora manifestacijama:

Planirana sredstva: 27.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ/MINTS, JLS

Tijekom 2026. godine planirano je sufinanciranje i suorganizacija drugih manifestacija od lokalnog do međunarodnog značaja.

2.3.2.1 Regionalne i lokalne manifestacije

Opis i cilj aktivnosti: Planirano je sufinanciranje do petnaest manifestacija koje Turistička zajednica Osječko-baranjske županije planira poduprijeti u statusu partnera/suorganizatora u okviru planiranih 22.000,00 eura. Također Turistička zajednica će podupirati manifestacije i kroz oglašavanje te kroz druge oblike suradnje sukladno mogućnostima. Turistička zajednica Osječko-baranjske županije ne daje klasične potpore nego financira određene programe i potrebe u okviru manifestacija kao partner. Troškovi se odnose na: prijevoz i montažu štandova, najam i montažu bine, najam ugostiteljske opreme, smještaj, honorar i putni troškovi za izvođače, logističku podršku manifestaciji, troškove uređenja prostora, oglašavanje i dr.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ/MINTS, LTZ, JLS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 22.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj - prosinac 2026.

2.3.2.2 Nacionalne i međunarodne manifestacije

Opis i cilj aktivnosti: Posebno su planirana sredstva u iznosu od 5.000,00 eura za partnerstvo u realizaciji manifestacija nacionalnog i međunarodnog značaja vezanih uz ključne proizvode destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

2.4. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

Tijekom 2026. godine nisu planirana sredstva za aktivnost.

2.5. Podrška turističkoj industriji

Opis i cilj aktivnosti: Tijekom 2026. godine planirana je suradnja s turističkim agencijama kojima će se pružiti podrška kroz osiguranje dijela programa tijekom obilaska destinacije – vođenje, living history program i slično. Posebno se to odnosi na organizatore kongresnim događanja u destinaciji.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 €

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Planirana sredstva: 626.000,00 eur

Kako je jedna od glavnih zadaća regionalne turističke zajednice upravo promocija destinacije, TZ OBŽ slijedom projekata odobrenih za sufinanciranje od strane Hrvatske turističke zajednice kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koji su uspješno realizirani tijekom 2025. godine, planira nastaviti intenzivne investicije promocije destinacije na ključnim tržištima. Uz to najveće investicije u ovoj grupi aktivnosti su planirane kroz projekte Strateških partnerstava sa zračnim prijevoznicama i Hrvatskom turističkom zajednicom. Na županijskoj razini projekti strateških partnerstava realizirat će se u suradnji sa Zračnom lukom Osijek, TZ Grada Osijeka, Gradom Osijekom i Osječko-baranjskom županijom.

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture:

Planirana sredstva: 10.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

3.1.1. HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja brand platforma

Opis i cilj aktivnosti: Brand platforma TZ OBŽ – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja strateški je marketinški projekt na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije. Brandiranje destinacije započelo je kroz ovaj projekt 2019. godine, a tijekom razdoblja od 2020. do 2025. godine nastavljena je u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama daljnja standardizacija komunikacija turističkih proizvoda, mikrodestinacija i ukupne ponude destinacije. Tijekom 2026. godine brand platforma će se razvijati kroz pripremu novih grafičkih rješenja potrebnih za aktivnosti brendiranja destinacije. Cilj aktivnosti je razvoj konkurentne, ujednačene i suvremene komunikacijske platforme za promociju destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:

Planirana sredstva: 238.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Provođenje aktivnosti operativnog marketinga u kojem se najveći dio ulaganja odnosi na on-line oglašavanje, potom na oglašavanje u tisku, radiju te vanjskom prostoru. TZ OBŽ kao RTZ će tijekom 2026.

godine koordinirati aktivnosti promocije i komunikacije na području svoje nadležnosti u skladu sa zadaćama regionalnih turističkih zajednica. Također je planirana realizacija zajedničkih promotivnih kampanji u suradnji s turističkim zajednicama na području Osječko-baranjske županije kroz partnersko udruženo oglašavanje čiji je nositelj Turistička zajednica Osječko-baranjske županije. Sva komunikacija provodit će se i dalje uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije iza branda i TZ OBŽ kao nositelja komunikacije. Najveći dio projekta odnosit će na **oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda** i to putem on-line kanala, potom na offline oglašavanje koje uključuje tisak, televiziju, radio i vanjsko oglašavanje. Projekt uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.platforme). Prateći trendove u komuniciranju i promociji destinacija, TZ OBŽ će najveći dio ulaganja usmjeriti na on-line oglašavanje.

3.2.1. On-line oglašavanje

Planirana sredstva: 128.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

TZ OBŽ nastaviti će aktivnosti promocije destinacije uz komunikaciju ključnih brandova Osječko-baranjske županije – **HeadOnEast Croatia i Visit Slavonia Baranja**. Najveći dio ulaganja u oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda odnosi se na on-line kanale. Grupa aktivnosti uključuje i trošak upravljanja on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.).

3.2.1.1. On-line oglašavanje

Opis i cilj aktivnosti: najučinkovitiji kanal komunikacije danas su on-line sustavi, stoga se 46% ukupno planiranog proračuna za oglašavanje destinacijskog branda odnosi na on-line oglašavanje. Stavka uključuje zakup oglasnog prostora na društvenim mrežama i drugim on-line portalima. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima. Uz javne kanale, TZ OBŽ će nastaviti kreirati sadržaje na vlastitim profilima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube – Visit Slavonia Baranja).

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 120.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.2.1.2. Upravljanje on-line oglašavanjem

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na uslugu upravljanja društvenim mrežama u suradnji vanjskog partnera i TZ OBŽ.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.2.2. Off-line oglašavanje

Planirana sredstva: 70.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz oglašavanje u tisku, TV i radio oglašavanje i vanjsko oglašavanje. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

3.2.2.1. Oglašavanje u tisku

Opis i cilj aktivnosti: unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz oglašavanje u tisku. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.2.2.2. TV i radio oglašavanje

Opis i cilj aktivnosti: unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz oglašavanje putem TV-a i radija kao medijskih kanala. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.2.2.3. Vanjsko oglašavanje

Opis i cilj aktivnosti: unutar grupe aktivnosti planirano je opće oglašavanje destinacije kroz vanjsko oglašavanje. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.2.3. Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na produkciju oglasnih materijala za različite kanale komunikacije i promocije. Cilj aktivnosti je ujednačena promocija destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Planirana sredstva: 9.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

3.3.1. Studijska putovanja - novinari

Opis i cilj aktivnosti: posebno kvalitetan način promocije su studijska putovanja novinara. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom te samostalno, nastaviti će se rad na ovom projektu i u 2026. godini. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz medijsko izvještavanje o destinaciji.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.3.2. HeadOnEast kampanja – ambasadori destinacije

Opis i cilj aktivnosti: posebno kvalitetan način promocije danas je suradnju s utjecajnim promotorima, poznatim pod nazivom „influenceri“. Suradnja s ovom vrstom „ambasadora destinacije“ se pokazala vrijednom u smislu povećanje vidljivosti destinacije kroz angažman promotora posebnih proizvoda.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Planirana sredstva: 270.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, Zračna luka Osijek, Klaster Slavonija, OBŽ

TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte zajedničkih kampanja oglašavanja i razvoja novih integriranih proizvoda u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju od 2019. do 2025. godine. Uz to planirana je realizacija aktivnosti vezanih uz strateška partnerstva u suradnji sa **Zračnom lukom Osijek** (promocija destinacije vezana uz domaće, njemačko i druga tržišta.), Hrvatskom turističkom zajednicom, touroperatorima i avio prijevoznicima.

3.4.1. Klaster Slavonija - projekti

Opis i cilj aktivnosti: TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte zajedničkih kampanja oglašavanja i razvoja novih integriranih proizvoda u skladu sa Strateškim marketinškim planom za Slavoniju od 2019. do 2025. godine. Cilj aktivnosti je povećanje konkurentnosti i vidljivosti ukupne destinacije „Slavonija“. U okviru projekata suradnje planirani su zajednički nastupi na sajmovima u inozemstvu, na ključnim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.4.2. Strateški projekti (touroperator, avio linije, stručni portali)

Opis i cilj aktivnosti: U okviru projekta planiran je nastavak promocije i projekata strateških partnerstava vezanih uz avio-linije Munchen-Osijek (Croatia Airlines) i London-Osijek (Ryanair) u suradnji sa Zračnom lukom Osijek, Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Grada Osijeka i prethodno spomenutim avio prijevoznicima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, OBŽ, Zračna luka Osijek, LTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 260.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Planirana sredstva: 20.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ

Tijekom 2026. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim i gospodarskim sajmovima i izložbama, i to na sajmu **F.re.e. u Munchenu, Alpe Adria u Ljubljani, Ferien-Messe u Beču, Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu, Fiera del Cicloturismo Padova, Tourism Expo Sarajevo** i drugim lokacijama u ovisnosti financijskim resursima za nastup na svakom od tržišta i prometnoj povezanosti prema destinaciji. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi najvećim dijelom na nacionalnom tržištu i tržištu zemalja u okruženju, samostalno i u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Klasterom Slavonija i s DMK tvrtkama. Uz ovaj projekt provodit će se i projekt suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija koji uključuje dio navedih nastupe na sajmovima i prezentacijama.

3.5.1. Samostalni nastupi i prezentacije

Opis i cilj aktivnosti: Tijekom 2026. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim tržištima. Samostalne aktivnosti planirat će se u ovisnosti zajedničkih nastupa s Klasterom Slavonija i prijavi projekta sufinanciranja na Fond za udružene turističke zajednice. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi najvećim dijelom na nacionalnom tržištu i tržištu zemalja u okruženju, samostalno i u suradnji s Osječko-baranjskom županijom i s DMK tvrtkama. Trošak se odnosi na tehničku produkciju nastupa, najam prostora i PR. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima te povezivanje s tour operatorima i turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 12.000,00 eur
Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.5.2. Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija i HTZ-om

Opis i cilj aktivnosti: TZ OBŽ će s **Klasterom Slavonija** nastaviti surađivati kroz projekte realizacije zajedničkih nastupa na sajmovima, posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama. Tijekom 2025. godine planirane su aktivnosti vezane uz nastup na ciljanim turističkim i gospodarskim sajmovima i izložbama, i to na sajmu **F.re.e. u Munchenu, Alpe Adria u Ljubljani, Ferien-Messe u Beču, Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu, Fiera del Cicloturismo Padova, Tourism Expo Sarajevo** i drugim lokacijama u ovisnosti financijskim resursima za nastup na svakom od tržišta i prometnoj povezanosti prema destinaciji. Planirane su i radionice, prezentacije i nastupi u suradnji s Osječko-baranjskom županijom, Klasterom Slavonija i s DMK tvrtkama. Uz ovaj projekt provodit će se i projekt suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija koji uključuje dio navedih nastupe na sajmovima i prezentacijama. Trošak se odnosi na tehničku produkciju nastupa, najam prostora i PR. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije

prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima te povezivanje s tour operatorima i turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

Planirana sredstva: 6.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ, DMK

3.6.1. DMK - razvoj i prezentacije

Opis i cilj aktivnosti: sufinanciranje nastupa lokalnih DMK agencija na B2B radionicama u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, prezentacijama i nastupima na tržištu Hrvatske, Slovenije, Mađarske, Njemačke i drugim relevantnim tržištima, u suradnji s TZ OBŽ. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz promociju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima te povezivanje s tour operatorima i turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.6.2. Studijska putovanja – turističke agencije

Opis i cilj aktivnosti: posebno kvalitetan način promocije su studijska putovanja turoperatora. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom kao i samostalno, nastaviti će se rad na ovom projektu i u 2026. godini. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude kroz predstavljanje destinacije zainteresiranim turističkim agencijama i turoperatorima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, Klaster Slavonija

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

Planirana sredstva: 47.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

3.7.1. Priprema promotivnog materijala

Opis i cilj aktivnosti: priprema grafičkih rješenja usklađenih s prethodno postavljenim vizualnim standardom. Trošak se odnosi na trošak dizajna, grafičke pripreme i koordinacije pripreme promotivnih materijala, koji uključuju i nove suvenire. Tijekom 2026. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja te ažuriranje brošure HeadOnEast Croatia uz izradu turističke karte i zasebnih separata po turističkim nišama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 12.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.7.2. Izrada promotivnog materijala

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na dotisak promotivnih materijala i izradu novih, uključujući i suvenire za potrebe nastupa na primarnim tržištima, u suradnji s HTZ-om, Osječko-baranjskom županijom, Klasterom Slavonija i samostalno. Tijekom 2026. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 35.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.8. Internetske stranice:

Planirana sredstva: 6.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

3.8.1. Razvoj internet stranice

Opis i cilj aktivnosti: tijekom 2020. godine TZ OBŽ je razvijala u suradnji s vanjskim partnerima novu mrežnu stranicu www.visitslavoniabaranja.com. Tijekom 2026. godine planirano je daljnje ulaganje u nove funkcije internet stranice te održavanje iste. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ukupne ponude destinacije putem suvremene internet stranice destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.8.2. Održavanje internet stranice

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na redovito tehničko održavanje internet stranice i zakup domena. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ukupne ponude destinacije putem suvremene internet stranice destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

Planirana sredstva: 19.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ

3.9.1. Banka fotografija, video i pisanih materijala

Opis i cilj aktivnosti: sukladno mogućnostima, TZ OBŽ proizvodit će multimedijalne materijale, formirati vlastitu bazu podataka i stvarati vlastitu banku fotografija za potrebe pripreme u izdavaštvu. Odnosi se i

na projekt Hrvatski digitalni turizam. Cilj aktivnosti je povećanje resursa za promociju ponude destinacije, uključujući samostalne i partnerske aktivnosti oglašavanja i komunikacije. Trošak uključuje izradu novih tekstova, kupovinu autorskih prava za fotografije i slično. Tijekom 2026. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja te vezana dodatna ulaganja u banku fotografija i pisanih materijala. Cilj aktivnosti je ujednačena komunikacija destinacije putem promotivnih materijala.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 11.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.9.2. Prijevodi:

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na potrebe prijevoda pisanih materijala za promociju putem različitih kanala. Odnosi se i na projekt Hrvatski digitalni turizam. Tijekom 2026. godine planiran je trošak izdavanja dva nova izdanja destinacijskog časopisa Via Slavonija Baranja te vezana dodatna ulaganja u prijevode pisanih materijala. Cilj aktivnosti je povećanje resursa za promociju ponude destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.9.3. Vođenje i upravljanje bazom podataka - podrška:

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na upravljanje bazom podataka i generiranje novih podataka za izradu Kataloga turističke ponude Osječko-baranjske županije za 2026. godinu.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

Planirana sredstva: 1.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, LTZ, OBŽ, JLS

TZ OBŽ će nastaviti obavljati informativne poslove u vezi s turističkom ponudom. Iako je to primarno zadaća lokalnih turističkih zajednica i turističkih informativnih centara, za sve zainteresirane tj. one koji se jave pismeno ili usmeno u TZ OBŽ, isti će dati sve informacije o turističkoj ponudi na području Osječko-baranjske županije. TZ OBŽ će redovito obrađivati podatke o turističkom prometu s ciljem redovitog informiranja ključnih dionika te je izrađivati sva potrebna izvješća za Tijela Zajednice, Osječko-baranjsku županiju, Hrvatsku turističku zajednicu, Ministarstvo turizma i sporta, te ostale za koje je to zakonom propisano ili institucije koje kontaktiraju TZ OBŽ. Uz navedeno TZ OBŽ će investirati u potrebnu dokumentaciju za smeđu signalizaciju koja će biti realizirana u suradnji JLS.

3.10.1. Izrada elaborata za smeđu signalizaciju:

Opis i cilj aktivnosti: stavka se odnosi na potrebe sufinanciranja troška izrade elaborata za postavljanje smeđe signalizacije na području JLS. Cilj aktivnosti je povećanje vidljivosti ponude proizvoda destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Planirana sredstva: 14.500,00 eur

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

Planirana sredstva: 1.500,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Tijekom 2026. godine unutar grupe aktivnosti planirano je upravljanje sustavom eVisitor i platformom Hrvatski digitalni turizam u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

4.1.1. Hrvatski digitalni turizam i dr.projekti - tehnička podrška

Opis i cilj aktivnosti: trošak se odnosi na pružanje tehničke podrške od vanjskog partnera u upravljanju platformom Hrvatski digitalni turizam u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i sustavnom lokalnih turističkih zajednica. Riječ je o tehnički vrlo zahtjevnoj on-line platformi za koju je potrebna usluga vanjskog suradnika kako bi se učinkovito realizirale zadaće TZ OBŽ i sustava LTZ-a.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.500,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

4.2 Stručni skupovi i edukacije:

Planirana sredstva: 6.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ

4.2.1. Stručni skupovi i edukacije

Opis i cilj aktivnosti: tijekom 2025. godine planirane su (su)organizacija i sudjelovanje na edukacijama i stručnim skupovima na području Osječko-baranjske županije, međunarodnoj, nacionalnoj i regionalnoj razini. Cilj aktivnosti je povećanje razine znanja dionika s području Osječko-baranjske županije u okviru tema relevantnih za razvoj sektora.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

4.3. Koordinacija i nadzor:

Planirana sredstva: 5.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

4.3.1. Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini i drugim dionicima sektora

Opis i cilj aktivnosti: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nastaviti će s praćenjem djelovanja i izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica gradova i općina putem održavanja sjednica koordinacija i to najmanje dva puta godišnje, a po potrebi i više, a zbog moguće kasnije kontrole izvršavanja navedenih zadaća. Pored toga TZ OBŽ će pružati stručnu pomoć dionicima na terenu u razvoju projekata koji su u fazi pripreme za prijavu na vezane EU programe/instrumente. TZ OBŽ će pružati podršku u provedbi aktivnosti na razini odobrenih udruživanja posebice u aktivnosti promocije i brandiranja. TZ OBŽ će nastaviti surađivati s partnerima na pripremi i provedbi EU projekata i drugih dokumenata vezanih uz Županijsku razvojnu strategiju Osječko-baranjske županije te Operativnih programa u dijelu koji se odnosi na razvoj turizma. U 2026. godini nastaviti će se redovita suradnja i s Upravnim odjelom za gospodarstvom i turizmom i Upravnim odjelom za poljoprivredu Osječko-baranjske županije, JU Županijskom razvojnom agencijom Osječko-baranjske županije, Gradom Osijekom/ITU mehanizam (Urbana aglomeracija Osijek), Hrvatskom turističkom zajednicom, Ministarstvom turizma i sporta i drugim partnerima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

Planirana sredstva: 2.000,00 eur

TZ OBŽ planira razvijati sustav za upravljanje kvalitetom destinacijom u okviru redovite djelatnosti u inicijativama i projektima vezanim uz upravljanje destinacijom, te posebno kroz daljnji razvoj HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja brand platforme i na razvoj sustava upravljanja kvalitetom na razini destinacije. Srednjoročni cilj je uvođenje nagrade za kvalitetu i istoimeni standard kao sastavni dio platforme. Trošak se odnosi na pripremu potrebne dokumentacije i procedura za razvoj sustava.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, HTZ, MINTS

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

Planirana sredstva: 0,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

TZ OBŽ sudjelovat će u okviru redovite djelatnosti u inicijativama i projektima vezanim uz poticanje na očuvanje i uređenje okoliša na razini destinacije.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Planirana sredstva: 3.500,00 eur

5.1. Međunarodne strukovne i sl.organizacije:

Planirana sredstva: 3.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, LTZ

TZ OBŽ nastaviti će djelovati kao član Dunavskog centra za kompetencije koji okuplja dionike unutar Dunavske makroregije te se dominantno bavi razvojem turizma u dunavskom slivu, uz mogućnost proširenja suradnje s drugim organizacijama.

5.2. Domaće strukovne i sl.organizacije:

Planirana sredstva: 500,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, LTZ

Planirani trošak odnosi se na uključivanje u inicijative razvoja proizvoda na nacionalnoj razini.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Planirana sredstva: 239.000,00 eur

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije:

- provodi zadatke utvrđene programom rada Zajednice
- obavlja stručne i administrativne poslove u svezi pripremanje sjednica tijela Zajednice
- obavlja pravne, knjigovodstvene i financijske poslove, kadrovske i opće poslove, vodi evidencije i statističke podatke utvrđene propisima i aktima Zajednice
- izrađuje analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela Zajednice
- daje tijelima Zajednice stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije zapošljava pet djelatnika koji obavljaju stručne, administrativne, planskoanalitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje Turističke zajednice i njenih tijela. Turistička zajednica Osječko-baranjske županije nastaviti će s praćenjem djelovanja i izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica gradova i općina putem održavanja sjednica koordinacija i to najmanje dva puta godišnje, a po potrebi i više, a zbog moguće kasnije kontrole izvršavanja navedenih zadaća. Svi sastanci koordinacija kao i odluke ili zaključci koji proizađu sa navedenih sjednica biti će pisano dokumentirani. Također pored kontrole izvršavanja zakonski propisanih zadaća turističkih zajednica, turistička zajednica županije će uskladiti promotivne aktivnosti i to jednako za potrebe zajedničkih nastupa na inozemnim sajmovima, kao i za potrebe oglašavanja u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima sustava turističkih zajednica, organizatora putovanja i zračnih prijevoznika. Vrlo bitna aktivnost koju će TZ OBŽ provoditi je i projekt e-visitor kao turističko informacijski sustav gdje će TZ OBŽ pokrivati općine u Osječko-baranjskoj županiji koje nisu pokrivene turističkim zajednicama, ali i vršiti savjetodavnu zadaću u smislu pomoći smještajnim kapacitetima i turističkim zajednicama u svom djelokrugu rada.

6.1. Rashodi za zaposlene:

Planirana sredstva: 207.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Opis: rashodi za pet zaposlenih obuhvaćaju neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene. Grupa aktivnosti također obuhvaća troškove prijevoza na posao i troškove putovanja vezanih uz redovitu djelatnost TZ OBŽ.

6.1.1. Bruto plaća

Opis: rashodi za pet djelatnika Turističke zajednice Osječko-baranjske županije obuhvaćaju trošak neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene. Rashodi su veći zbog povećanja osnovice te povratka direktorice s rodiljnog dopusta.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 190.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

6.1.2. Troškovi putovanja

Opis: troškove prijevoza na posao, lokalnih i drugih putovanja vezan uz redovitu djelatnost TZ OBŽ.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

6.1.3. Ostali rashodi za zaposlene

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

6.2. Rashodi ureda:

Planirana sredstva: 29.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Opis: troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice podrazumijevaju troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja i osiguranja zaposlenika, troškove poštarine, trošak revizije poslovanja, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme i drugog.

6.2.1. Materijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

6.2.2. Nematerijalni troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

6.2.3. Ostali troškovi

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

6.3. Tijela turističke zajednice:

Planirana sredstva: 3.000,00 eur

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Opis: sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, osim stručne službe, u radu Turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela će sukladno općim aktima, održavati redovito svoje sjednice. Članovi tijela TZ OBŽ, Turističkog vijeća i Skupštine, ne primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.

6.3.1. Sjednice tijela, Predstavljanje Tijela

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 eur

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj-prosinac 2026.

7. REZERVA

Planirana sredstva: 5.000,00 eur

Sredstva rezerve će se koristiti za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

9. FONDOVI – posebne namjene

9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu

Planirana sredstva: 250.000,00 eur

Planirano je sufinanciranje projekata na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu kroz Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu. TZ OBŽ u suradnji s HTZ-om provesti decentralizirane i planirane javne natječaje za dodjelu potpora iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Početkom prosinca 2025. godine planirana je objava vezanog natječaja iz kojeg bi se trebala financirati ova stavka. Sredstava iz Fonda dodjeljivat će se na osnovi indeksa turističke nerazvijenosti (<http://www.iztg.hr/hr/itr/>) prema kojem područnu i sve lokalne turističke zajednice na području OBŽ-a mogu biti korisnici ovog Fonda. Temelj za planirani rast sredstava je uspješno realizirana ukupna turistička aktivnost u Republici Hrvatskoj tijekom 2025. godine, koja je rezultirala povećanjem vrijednosti Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent za 2026. godinu.

10. STRUKTURA PLANIRANJA – tablični prikaz

10.1 Prihodi

FINACIJSKI PRIKAZ PLANA RADA TZ OBŽ - 2026.						
RB	KONTO	PRIHODI	PLAN 2025. (u EUR)	PLAN 2026. (u EUR)	indeks PLAN 2026 / PLAN 2025	STRUKTURA %
1.		Izvorni prihodi	200.000,00	246.000,00	123,00	19,25
	1.1.	Turistička pristojba	62.000,00	80.000,00	129,03	6,26
	1.2.	Članarina	138.000,00	166.000,00	120,29	12,99
2.		Prihodi iz proračuna Osječko-baranjske županije	230.000,00	230.000,00	100,00	18,00
	2.1.	za programske aktivnosti	177.000,00	177.000,00	100,00	13,85
	2.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	53.000,00	53.000,00	100,00	4,15
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	404.000,00	410.000,00	101,49	32,08
	3.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	400.000,00	400.000,00	100,00	31,30
	3.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	0,00		0,00
	3.3.	Ostali prihodi od sustava turističkih zajednica	4.000,00	10.000,00	250,00	0,78
4.		Prihodi iz EU fondova	40.000,00	118.000,00	295,00	9,23
	4.1.	Interreg Danube #RomanWineRoute	40.000,00	62.000,00	155,00	4,85
	4.2.	CBC Croatia-Serbia, Wine Heritage	0,00	31.000,00		
	4.3.	CBC Hungary-Croatia, Drava Wave	0,00	25.000,00		
	4.4.	ostali EU projekti	0,00	0,00		0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0,00	0,00	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	10.000,00	30.000,00	300,00	2,35
7.		Ostali prihodi	220.000,00	244.000,00	110,91	19,09
		SVEUKUPNO	1.104.000,00	1.278.000,00	115,76	100,00

10.2 Rashodi

RB	KONTO	AKTIVNOSTI	PLAN 2025. (u EUR)	PLAN 2026. (u EUR)	indeks PLAN 2026 / PLAN 2025	STRUKTURA %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	14.000,00	30.000,00	214,29	2,35
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	14.000,00	30.000,00	214,29	2,35
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0,00	0,00	0,00	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00	0,00	0,00
		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE - UKUPNO	14.000,00	30.000,00	214,29	2,35
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	297.000,00	360.000,00	121,21	28,17
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	83.000,00	81.000,00	97,59	6,34
	2.2.1.	Razvoj proizvoda na razini destinacije - "Slavonia Baranja Outdoors" aktivni turizam	15.000,00	15.000,00	100,00	1,17
	2.2.2.	Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije	68.000,00	66.000,00	97,06	5,16
	2.2.2.1.	Kulturni turizam - projekt RomansWineDanube, Interreg Dunav	60.000,00	10.000,00	16,67	0,78
	2.2.2.2.	Iter Vitis - Dioniz - OBŽ Vinska destinacija godine	8.000,00	0,00	0,00	0,00
	2.2.2.3.	Vinski turizam - projekt Wine Heritage (CBC Croatia-Serbia)	0,00	31.000,00		
	2.2.2.4.	Outdoor turizam - projekt Drava W.A.V.E (CBC Hungary-Croatia)	0,00	25.000,00		
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	212.000,00	277.000,00	130,66	21,67
	2.3.1.	Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ	187.000,00	250.000,00	133,69	19,56
	2.3.1.1.	HeadOnEast festival	140.000,00	180.000,00	128,57	14,08
	2.3.1.2.	Večer vina i umjetnosti	30.000,00	50.000,00	166,67	3,91
	2.3.1.3.	Vinski mjesec destinacije (GO i ostala događanja, promocija i sl.)	4.000,00	5.000,00	125,00	0,39
	2.3.1.4.	Oprema za realizaciju manifestacija i skladištenje	13.000,00	15.000,00	0,00	1,17
	2.3.2.	Potpore manifestacijama	25.000,00	27.000,00	108,00	2,11

	2.3.2.1.	Regionalne i lokalne manifestacije	20.000,00	22.000,00	110,00	1,72
	2.3.2.2.	Nacionalne i međunarodne manifestacije	5.000,00	5.000,00	100,00	0,39
	2.4.	Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	2.000,00	2.000,00	0,00	0,16
		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA - UKUPNO	297.000,00	360.000,00	121,21	28,17
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	593.500,00	626.000,00	105,48	48,98
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	10.000,00	10.000,00	100,00	0,78
	3.1.1.	HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja brand platforma	10.000,00	10.000,00	100,00	0,78
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	214.000,00	238.000,00	111,21	18,62
	3.2.1.	On-line oglašavanje	99.000,00	128.000,00	129,29	10,02
	3.2.1.1.	On-line oglašavanje	91.000,00	120.000,00	131,87	9,39
	3.2.1.2.	Upravljanje on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.)	8.000,00	8.000,00	100,00	0,63
	3.2.2.	Offline oglašavanje	75.000,00	70.000,00	93,33	5,48
	3.2.2.1.	Oglašavanje u tisku	25.000,00	40.000,00	160,00	3,13
	3.2.2.2.	TV i radio oglašavanje	20.000,00	15.000,00	75,00	1,17
	3.2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	30.000,00	15.000,00	50,00	1,17
	3.2.3.	Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)	40.000,00	40.000,00	100,00	3,13
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	9.000,00	9.000,00	100,00	0,70
	3.3.1.	Studijska putovanja - novinari	4.000,00	7.000,00	175,00	0,55
	3.3.2.	HeadOnEast kampanja - ambasadori destinacije 2025./2026.	5.000,00	2.000,00	40,00	0,16
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	270.000,00	270.000,00	100,00	21,13
	3.4.1.	Klaster Slavonija - projekti	10.000,00	10.000,00	100,00	0,78
	3.4.2.	Strateški projekti (touroperatori, avio linije, stručni portali, standardi)	260.000,00	260.000,00	100,00	20,34
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	19.000,00	20.000,00	105,26	1,56
	3.5.1.	Samostalni nastupi i prezentacije	13.000,00	12.000,00	92,31	0,94
	3.5.2.	Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija i HTZ-om	6.000,00	8.000,00	133,33	0,63
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	6.000,00	6.000,00	100,00	0,47
	3.6.1.	DMK - razvoj i prezentacije	2.000,00	2.000,00	100,00	0,16
	3.6.2.	Studijska putovanja - turističke agencije	4.000,00	4.000,00	100,00	0,31
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	39.000,00	47.000,00	120,51	3,68
	3.7.1.	Priprema promotivnog materijala	12.000,00	12.000,00	100,00	0,94
	3.7.2.	Izrada promotivnog materijala i suvenira	27.000,00	35.000,00	129,63	2,74
	3.8.	Internetske stranice	6.000,00	6.000,00	100,00	0,47
	3.8.1.	Razvoj internet stranice	3.000,00	3.000,00	100,00	0,23
	3.8.2.	Održavanje stranice	3.000,00	3.000,00	100,00	0,23
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	19.000,00	19.000,00	100,00	1,49
	3.9.1.	Banka fotografija, video materijala i pisanih materijala	11.000,00	11.000,00	100,00	0,86
	3.9.2.	Prijevod	5.000,00	5.000,00	100,00	0,39
	3.9.3.	Vođenje i upravljanje bazom podataka - podrška	3.000,00	3.000,00	0,00	0,23
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	1.500,00	1.000,00	66,67	0,08
	3.10.1.	Izrada elaborata za smeđu signalizaciju	1.500,00	1.000,00	66,67	0,08
		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE - UKUPNO	593.500,00	626.000,00	105,48	48,98
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	13.500,00	14.500,00	107,41	1,13
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	1.500,00	1.500,00	100,00	0,12
	4.1.1.	Hrvatski digitalni turizam i dr.projekti - tehnička podrška	1.500,00	1.500,00	100,00	0,12
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	6.000,00	6.000,00	100,00	0,47
	4.2.1.	Stručni skupovi i edukacije	6.000,00	6.000,00	100,00	0,47
	4.3.	Koordinacija i nadzor	4.000,00	5.000,00	125,00	0,39
	4.3.1.	Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini i drugim dionicima sektora	4.000,00	5.000,00	125,00	0,39
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	2.000,00	2.000,00	100,00	0,16
	4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00	0,00	0,00	0,00
		DESTINACIJSKI MENADŽMENT - UKUPNO	13.500,00	14.500,00	107,41	1,13
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	1.000,00	3.500,00	350,00	0,27
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	500,00	3.000,00	600,00	0,23

5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	500,00	500,00	100,00	0,04
		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA - UKUPNO	1.000,00	3.500,00	0,00	0,27
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	180.000,00	239.000,00	132,78	18,70
6.1.		Rashodi za zaposlene	151.000,00	207.000,00	137,09	16,20
6.1.1.		Bruto plaća	134.000,00	190.000,00	141,79	14,87
6.1.2.		Troškovi putovanja	8.000,00	8.000,00	100,00	0,63
6.1.3.		Ostali rashodi za zaposlene	9.000,00	9.000,00	100,00	0,70
6.2.		Rashodi uređa	27.000,00	29.000,00	107,41	2,27
6.2.1.		Materijalni troškovi	4.000,00	4.000,00	100,00	0,31
6.2.2.		Nematerijalni troškovi	18.000,00	20.000,00	111,11	1,56
6.2.3.		Ostali troškovi	5.000,00	5.000,00	100,00	0,39
6.3.		Tijela turističke zajednice	2.000,00	3.000,00	150,00	0,23
6.3.1.		Sjednice tijela, predstavljanje Tijela	2.000,00	3.000,00	150,00	0,23
6.4.		Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0,00	0,00	0,00	0,00
		ADMINISTRATIVNI POSLOVI - UKUPNO	180.000,00	239.000,00	132,78	18,70
7.		REZERVA	5.000,00	5.000,00	100,00	0,39
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO 1	1.104.000,00	1.278.000,00	115,76	100,00
		PRIHODI - KONTROLA				
9.		FONDOVI - posebne namjene				
9.1.		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	200.000,00	250.000,00	125,00	19,56
9.2.		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	0,00	0,00	0,00
		SVEUKUPNO 2	200.000,00	250.000,00	125,00	19,56
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	1.304.000,00	1.528.000,00	125,00	19,56