

TEKSTILNI INDUSTRIJSKI TURIZEM KOT SREDSTVO REVITALIZACIJE MAJHNEGA MESTA

BARBARA PAVLAKOVIČ & MAJA TURNŠEK

Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija, e-pošta:
barbara.pavlakovic@um.si, maja.turnsek@um.si.

Povzetek Industrijski turizem je nišni turistični produkt, ki lahko služi kot učinkovit način preseganja negativnih učinkov sezon na turizem. Poleg tega je industrijski turizem tudi primerno orodje za trajnostni razvoj destinacije, torej za oživitev nekdanjih industrijskih lokacij ali manj razvitih aktivnih industrijskih krajev. Prvič, industrijo lahko predstavi turistom in novim strankam. Drugič, lahko spodbudi razvoj infrastrukture in pomaga ohraniti tradicionalno tehnično znanje o industrijskih procesih. Kot študijo primera smo izbrali Metliko, majhno slovensko mesto, ki ima zelo dolgo tradicijo tekstilne industrije. Z uporabo intervjujev z lokalnimi turističnimi organizacijami ter vodstvom tekstilnih podjetij in s terenskim opazovanjem tekstilnih industrijskih lokacij smo proučili sedanje stanje in pripravljenost za razvoj ponudbe industrijskega turizma, ki bi lahko spodbudila lokalni razvoj. V ugotovitvah predstavljamo možnosti, ki jih imajo Metlika in druga podobna majhna mesta za oživitev tega območja in spodbujanje trajnostnega razvoja s pomočjo ponudbe industrijskega turizma.

Ključne besede:
industrijski
turizem, dediščina,
tekstilna industrija,
revitalizacija,
trajnostni razvoj.

1 Uvod: turizem in prehod v ekonomijo doživetij

S porastom evropskega turizma v zadnjem desetletju (UNWTO, 2019), zlasti z urbanim turizmom, smo priča naraščajočemu pritisku na zgodovinska mestna središča nekaterih zelo priljubljenih evropskih mest (npr. García-Hernández, de la Calle-Vaquero in Yubero, 2017), med njimi tudi Ljubljane (Kuščer in Mihalič, 2019). Po drugi strani pa ta trend rasti, če se upravlja modro in trajnostno, lahko pomeni priložnost za revitalizacijo bolj obrobniških pokrajin in mest, sploh takih, ki so bila priča zamrtju oz. zmanjšanju poprejšnje industrije, kot je primer tekstilne industrije v Metliki.

Po nekaterih napovedih je turizem osrednji nosilni steber prehoda v t. i. ekonomijo doživetij (Pine in Gilmore 1998; 1999). Po Pine in Gilmoreu (ibid.) prehajamo iz storitvene ekonomije v t. i. ekonomijo doživetij (angl. »experience economy«), kjer so doživetja tisto, kar postaja pomembna konkurenčna prednost. To velja ne samo za podjetja, ki se že tradicionalno ukvarjajo z doživetji, temveč tudi podjetja, ki so v preteklosti ponujala zgolj produkte ali storitve. Po tej tezi ekonomija zgodovinsko prehaja čez štiri faze: od agrarne ekonomije k industrijski, za njo k storitveni in k trenutno aktualni fazi, ki je faza ekonomije doživetij. V tej fazi podjetja dodano vrednost ob prodaji storitve ali produkta iščejo v hkratnem ponujanju doživetij. Turizem kot industrija sicer spada v storitveni sektor, vendar pa je ravno njegova inherentna oslomba na doživetja to, kar ga umešča med nosilne stebre ekonomije doživetij. Pregled rasti turizma v zadnjih dveh desetletjih (UNWTO, 2019, str. 8) – dvajsetletnem obdobju po objavi Pine in Gilmoreove (1998; 1999) teze o porastu ekonomije doživetij – kaže v prid tej tezi: globalno je turizem v tem obdobju postal tretja največja izvozna kategorija, takoj za kemično industrijo in gorivom in pred avtomobilsko industrijo.

V porastu ekonomije doživetij je turizem potencialno ena izmed rešitev za podjetja in destinacije, ki jih je lokalni upad tradicionalne industrije, kot je tekstilna industrija, najbolj prizadel. V pričujočem prispevku v nadaljevanju najprej teoretsko opredelimo odnos med trajnostnim razvojem in revitalizacijo destinacij in vlogo industrijskega turizma v tem procesu glede na poprejšnje raziskave. V nadaljevanju nato s pomočjo poglobljenih intervjujev in terenskim opazovanjem analiziramo primer upada tekstilne industrije v Metliki in industrijski turizem kot potencialno primerno orodje za revitalizacijo destinacije in s tem njen trajnostni razvoj, ki gradi

na tradiciji tekstilne industrije in pomaga ohraniti tradicionalno tehnično znanje o industrijskih procesih.

2 Trajnostni razvoj in revitalizacija

Eden od osnovnih principov v današnjem pojmovanju turizma je trajnostni razvoj, ki ga opredeljujemo kot uresničevanje potreb trenutno živčih na Zemlji na tak način, da ne bodo ogrožene možnosti uresničevanja potreb bodočih generacij (Brundtland, 1987). Pri tem se koncept nanaša na okolijske, gospodarske in družbeno-kulturne vidike razvoja turizma, kjer je nujno, da se vzpostavi primerno ravnotežje med vsemi tremi vidiki in da se posledično zagotovi dolgoročna trajnost in kakovost življenja (UNWTO, 2004). Postavitev osnovnega koncepta trajnosti je sprožilo več akcijskih načrtov za doseganje le tega. Tako je nastala deklaracija na svetovnem vrhu v Riu, Agenda 21, oblikovala se je komisija združenih narodov za trajnostni razvoj (Giovannoni in Fabietti, 2013).

Harris (2003) je opredelil novo paradigmo glede uresničevanja vseh treh vidikov trajnosti. Izpostavil je nadzorovanje rasti svetovne populacije, zmerno potrošnjo, močne javne institucije, zdravo okolje in ohranjanje raznolikosti vrst živih bitij. Velik poudarek celostnemu pristopu k trajnosti sta izpostavila Giovannoni in Fabietti (2013), saj moramo vse vidike obravnavati povezano, se soočiti z nasprotji med njimi in jih ustrezno upravljati. Prav upravljanje oziroma menedžment je odločilnega pomena pri zagotavljanju trajnosti tudi v turizmu. Premišljeno zasnovana in upravljana turistična ponudba lahko zagotavlja delovna mesta in prihodke, zmanjšuje revščino, ustvarja priložnosti za trgovanje, pomaga ohranjati naravne danosti, ohranja kulturo in tradicijo, opolnomoči lokalno skupnost in spodbuja mir in medkulturno razumevanje (UNWTO and United Nations Development Programme, 2017).

Koncept trajnosti je še posebej pomemben pri turističnih destinacijah, ki so v zatonu oziroma na tistih območjih, kjer je nekdanja cvetoča dejavnost v zatonu. Če želimo destinaciji oziroma območju zagotoviti trajnostni razvoj, se lahko poslužimo revitalizacije območja. Revitalizacija je »namerno, organizirano, zavestno prizadevanje članov skupnosti za izgradnjo bolj zadovoljive kulture bivanja« (Wallace, 1956, str. 265). Tu gre lahko za kulturo oddaljenih majevskih plemen, ki so tudi s pomočjo turizma revitalizirala svojo avtentično tradicijo (Krystal, 2000), za

revitalizacijo urbanega okolja industrijske Anglije (Cornelius in Wallace, 2010), za revitalizacijo starejših priobalnih turističnih letovišč (Cooper, 2016) ali revitalizacijo stanovanjskih naselij (Rosa, 2018).

V večini primerov gre za revitalizacijo urbanega okolja, kjer se pojavijo težave in propadanje območja. Urbano revitalizacijo je Roberts (1999, v Cornelius in Wallace, 2010) definiral kot celovito in celostno vizijo ter delovanje, ki vodita k reševanju urbanih problemov in ki si prizadevata za trajno izboljšanje ekonomskega, fizičnega, družbenega in okoljskega stanja območja. Ho in Hou (2019) pri tem navajata, da se s tem ohranja gospodarska in družbena vrednost ogrožene dediščine, ohrani se vez med preteklostjo in sedanjostjo ter zagotovi stična točka identitete lokalne skupnosti. Prav komuniciranje in sodelovanje lokalne skupnosti z vsemi ostalimi deležniki je pri revitalizaciji ključnega pomena, da bo le ta lahko uspešna (Cornelius in Wallace, 2010).

2.1 Revitalizacija z industrijskim turizmom

Revitalizacija območja je lahko eden pomembnejših učinkov vpeljave industrijskega turizma na destinacijo. To se zgodi še posebej v krajih, ki imajo bogato industrijsko dediščino, a je ta v zatonu oziroma je že popolnoma propadla. Za industrijo ostanejo mnoge zgradbe, ki so v preteklosti služile proizvodnji, danes pa so prazne in zapuščene ter v slabem stanju, saj jih nihče ne vzdržuje. Da preprečimo rušenje zastarelih zgodovinskih zgradb in struktur, je bolj trajnostno prilagoditi namembnost teh stavb, a tako, da maksimalno obdržimo njeno prvotno strukturo in izgled (Ho in Hou, 2019). S tem zgradbi ali celotnemu območju vdihnemo novo življenje, privabimo ljudi (turiste in domačine) ter tako podaljšamo življenjsko dobo industrijski dediščini. Iz nekoč zapuščenega območja lahko ustvarimo turistično infrastrukturo, rekreacijsko ali kulturno središče, poslovni park in podobno (Ifko, 2010a; Boros, Martyin in Pal, 2013).

Ogled industrijske dediščine umeščamo pod industrijski turizem (Ifko, 2010b). Industrijski turizem lahko opredelimo kot obiske krajev, kjer se lahko obiskovalci učijo o gospodarstvu v preteklosti, sedanjosti in prihodnosti (Otgaar, 2010). Nekateri avtorji bolj poudarjajo ogled aktivnih gospodarskih subjektov (Frew, 2000; Lee, 2016), spet drugi izpostavljajo ogled zapuščene industrije oziroma turizem

industrijske dediščine (Vargas-Sánchez, Porras-Bueno in Plaza-Mejía, 2009; Argemí Ballbè, 2012).

Revitalizacija z vpeljavo industrijskega turizma oziroma turizma industrijske dediščine se je najprej začela na območjih, kjer je prevladovala težka industrija in sicer v evropskih državah, kot sta Nemčija in Anglija (Hospers, 2002). Edwards in Llurdés (1996) sta opredelila turizem industrijske dediščine kot razvoj turizma na območjih, kjer je človek zgradil stavbe in preoblikoval pokrajino zaradi industrijskih procesov prejšnjih obdobj. Zaradi turizma pa te zgradbe postanejo muzeji, ogledne točke, sprejemni centri, prizorišča dogodkov, restavracije, otroška igrišča, izobraževalni centri in podobno.

Hospers (2002) nadgradi idejo revitalizacije s turizmom še dalje, ko gradi na misli Jacobs (1961, v Hospers, 2002), da morajo nove ideje uporabljati stare zgradbe. S tem stara industrijska območja naselijo nove aktivnosti, kot so različne storitve, skupne pisarne, klicni centri, konferenčne dvorane, raziskovalni centri, oblikovalski ateljeji, umetniški studii, sodobne trgovine in trgovski centri. Vsi ti načini pripomorejo k boljšemu gospodarskemu stanju območja, prav tako pa ohranjajo arhitekturno in kulturno zapuščino svojega okolja (Merciu, Merciu, Cercleux in Drăghici, 2014). Proces revitalizacije ustvarja novo družbeno identiteto območja, a hkrati v postindustrijskih skupnostih ohranja ponos in zavedanje o nekdanji industrijski dediščini (Xie, 2015). Xie (2015) tudi navaja, da gre območje skozi življenjski cikel revitalizacije, ki ga sestavljajo teritorializacija, deterritorializacija in reteritorializacija (*territorialization, deterritorialization, reterritorialization*). V prvem primeru se območje razvija z drugimi gospodarskimi panogami, ki ga turisti občasno obiščejo z namenom ogleda zapuščenih zgradb. V drugem primeru se območje načrtno razvija za potrebe turizma in lahko pri tem izgubi svojo avtentičnost. V tretjem primeru pa se hkrati spodbuja razvoj novih gospodarskih panog in turističnega obiska, s poudarkom na prikazovanju in povezovanju lokalnih tradicij in novih blagovnih znamk območja. V naši raziskavi bomo na primeru mesta Metlika (kjer je nekoč prevladovala tekstilna industrija) pogledali, kako bi lahko s sledenjem življenjskemu ciklu razvoja industrijske dediščine revitalizirali območje tekstilne tovarne.

3 Metlika in tekstilna industrija

Metlika leži v jugovzhodni Sloveniji, v subregiji imenovani Bela krajina, ki je pretežno kraška pokrajina med gorovjem Gorjanci, Kočevskim Rogom in reko Kolpo (Sever in Ternar, 1995). Bela krajina je sestavljena iz treh občin, ena izmed teh je Občina Metlika, katere glavno mesto je istoimenska Metlika. Metlika, ki je svoje mestne pravice dobila leta 1335 (potrjene pa so bile leta 1368), leži na prehodu iz gričevnatega gorjanskega sveta v obkolpsko ravnico (Plut, 2008). S svojo lego je pomembno presečišče cestnih in železniških poti proti Črnomlju, Novemu mestu in Karlovcu (Sever in Ternar, 1995). Središče mesta je staro zgodovinsko jedro na pomolu med potokom Obrh in nekdanjo strugo Bojice (Plut, 2008).

Prvi zametki naselitve v Metliki segajo v čas bakrene dobe (Sever in Ternar, 1995), kasneje pa je mesto doživelo številne turške upade in je bilo v preteklosti glavna obrambna trdnjava Kranjske pred Turki (Plut, 2008). V Metliki so se ustanovile pomembne organizacije, kot so leta 1869 prva požarna bramba na Slovenskem, leto pred tem pa prvo kranjsko svilno društvo, saj so takrat na tem območju gojili sviloprejke (Sever in Ternar, 1995). Od leta 1963 dalje je Metlika samostojna občina, ki je obseg svojega območja (10,9 km² in 59 naselij) obdržala tudi po upravni reformi leta 1995 (Občina Metlika, 2017a; Sever in Ternar, 1995). V letu 2019 je Občina Metlika štela 8.397 prebivalcev (SURSTAT, b.d.).

Metlika in Bela krajina sta tesno povezani s tekstilom, saj ima pokrajina tudi svojo narodno nošo. Bela obleka z rdečimi dodatki oziroma črnim moškim pasom je bila prisotna v vsakdanjem življenju do začetka 20. stoletja, potem pa je izginila (Bavdek, 1986). Po eni izmed interpretacij naj bi prav bela narodna noša dala ime celotni pokrajini (Sever in Ternar, 1995). Platno za narodno nošo in druge obleke so Belokranjci pridelali iz konoplje ali lanu, pri tem so uporabljali krosna – statve (Župančič, 1986), preslice in vretena, prejo in platno pa so izdelovali predvsem v zimskem času (Bavdek, 1986). Konopljo in lan so Belokranjci pridelovali sami, prav tako pa so blago tudi sami okrasili z umetelnimi vezeninami v različnih tehnikah, kot sta kvačkanje ali tkaničenje, z uporabo rdeče-modrih simetričnih vzorcev (Škof, 1993). Tradicija pridelovanja blaga oziroma platna je v 20. stoletju iz obrti (tkalci, krojači, šivilje) počasi prerasla v industrijo (Brancelj Bednaršek, 2015).

»Razvoj metliške industrije se je začel leta 1956 z gradnjo tovarniških prostorov za tekstilno industrijo« (Plut, 2008, str. 22). Iz Črnomlja v Metliko so preselili tovarno pletenin Belokrajinka, ki se je kasneje preimenovala v BETI (Belokranjska tekstilna industrija) (Občina Metlika, 2017b). V tovarni so izdelovali blago za zavese, bombažne pletenine, svileno pletivo, žensko perilo, tovarna pa je imela tudi barvarno, predelavo sintetične preje, pletilnico in šivalnico za volnene pletenine (Rus, 1999). V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je bilo v Metliki v tekstilni industriji zaposlenih kar tri četrtine delovnega prebivalstva (Plut, 2008). Med najbolj vidnimi podjetji, ki so delovala v Metliki so bila Novoteks, Beti in Kometa, imeli pa so tudi srednjo poklicno šolo tekstilne usmeritve (Sever in Ternar, 1995). Ob prehodu v novo tisočletje se je gospodarska slika v Metliki spremenila in število zaposlenih v tekstilni industriji se je zmanjšalo. Danes tekstilna šola ne obstaja več, prav tako ne podjetje Novoteks, podjetje Beti je prekonstruirano in proizvaja samo barvano prejo. Kljub temu se je poleg Beti in Kometa v času samostojne Slovenije odprlo še nekaj manjših podjetij, ki se ukvarjajo s tekstilom. Med njimi so Pletisa d.o.o., Konfekcija Julija d.o.o., Prelet, d.o.o., Konvez konfekcija in veziljstvo Zoran Malič s.p. in Barbi konfekcija Barbara Orlič s.p. (AJPES, 2019). Tako ostaja tekstilna industrija v Metliki še vedno živa, čeprav v manjšem obsegu kot nekoč.

4 Cilji in namen študije

Osnovni namen študije je bil ugotoviti, kako lahko revitaliziramo okolje z bogato industrijsko tradicijo, a trenutno manj dejavno industrijo. Zanimalo nas je, ali je možno spodbuditi razvoj takega okolja s pomočjo razvoja industrijskega turizma. Kot študijo primera smo izbrali mesto Metlika, ki leži v Jugovzhodni Sloveniji. Metlika temelji na pestri tekstilni industrijski tradiciji, ki je v tranzicijskem obdobju utrpela velike izgube, a posamezna podjetja in tehnično znanje o predelavi tekstila še ostajajo. Pri raziskavi smo si za cilje zadali: (a) analizo trenutnega stanja delovanja tekstilne industrije v Metliki; (b) analizo turistične ponudbe Metlike in (c) analizo možnosti vključevanja industrijskega turizma v turistično ponudbo Metlike. Po pridobljenih informacijah in podatkih smo pripravili predloge za revitalizacijo mesta s posameznimi ukrepi za razvoj tekstilnega industrijskega turizma.

5 Uporabljene metode dela

Raziskovanje smo izvedli z uporabo poglobljenih intervjujev s predstavniki turističnega upravljanja na destinaciji (Zavod za turizem, kulturo, šport in mladino Metlika in RIC Bela Krajina), s predstavniki civilne (KUD Plac Metlika) in javne sfere v Metliki (Oddelek za gospodarske dejavnosti ter okolje in prostor občine Metlika – področje urbanističnega urejanja prostora) ter predstavniki podjetja Beti d. d. Intervjuji so bili izvedeni v aprilu 2019. Prav tako smo v aprilu 2019 izvedli terensko opazovanje, saj smo obiskali tekstilno tovarno Beti d. d. in trgovini podjetij Konfekcija Julija d. o. o. ter Komet Metlika, d. d.

6 Rezultati in ugotovitve

Glede na podatke iz raziskave, intervjuvanci menijo, da se turizem v Metliki deli na štiri področja: kampiranje ob reki Kolpi, glamping, gostinstvo in kulturne prireditve. Pri tem najbolj izpostavljajo prav kulturne prireditve, kot so Vinska vigred, Pridi zvečer na grad, Teden kulture na placu, Mlada portugalka in ostale. Predstavniki RIC Bela krajina je navedel najbolj izpostavljene metliške turistične produkte; to so čolnarjenje, degustacije (vino, med, domača hrana), ogledi zbirk in muzejev, delavnice (npr. peka pogače, pisanje pisanic, vezenje lanu...). Tukaj se priložnost kaže v personalizaciji ponudbe in uporabi pristnih zgodb in lokalnih tradicij. Predstavnica Zavoda za turizem, kulturo, šport in mladino Metlika je izpostavila:

»Za sam uspeh turističnega produkta je v prvi vrsti pomembna dobra zasnova. V ključevanje pristne zgodbe, povezovanje s tradicijo in inovativnost, je tisto kar pritegne.«

Podobno navaja predstavnik KUD Plac Metlika:

»V oglaševanju turizma in turističnih produktov v Metliki se ponavljajo vzorci, ki ljudi vedno znova privabijo. To so bela breza, belokranjska noša in običaji, metliška črnina, belokranjska pogača in mogoče najpomembnejši dejavniki – reka Kolpa. K dobri promociji Metlike lahko veliko doprinese tudi metliški humor in mentaliteta. To v zdajšnji promociji pogrešam, edinstvenost in pristnost, uporabo lokalnega jezika in zgodb.«

S konceptom industrijskega turizma sogovorniki v večini niso bili seznanjeni, so pa izpostavili posamezne priložnosti, ki jih Metlika ima za razvijanje tovrstne turistične ponudbe. Prva in največja priložnost je zagotovo industrijska cona Beti, saj je Metlika

dobro poznana po tekstilni industriji podjetja Beti. V coni je del poslopij zapuščenih, del pa se jih še vedno uporablja za proizvodne namene. Tam je tudi večje parkirišče in kot tako primerno za prireditveni prostor. Predstavnica Zavoda za turizem, kulturo, šport in mladino Metlika:

»Potencial vključevanja tekstilne industrije Beti v turizem vidim tako, da bi obstoječa infrastruktura predstavljala nov prireditveni prostor. Tukaj je ključen razvoj vsebine in infrastrukture, za primer oziroma vzor lahko vzamemo staro mestno elektrarno v Ljubljani. Prvi korak do obuditve industrijskega turizma v Metliki bi bila zasnova zgodbe oziroma vsebine produkta ter razvoj infrastrukture in nakup sodobne opreme. Vendar zna veliko težavo predstavljati finančni okvir.«

Predstavniki RIC Bela krajina pa je navedel še nekatere druge možnosti:

»Kljub temu, da ima Bela krajina veliko možnosti za industrijski turizem, ta ni tako razvit. Ohranjena industrijska kulturna dediščina, katero vključujemo v turistično ponudbo je na primer letalo DC-3, mlini in žage na belokranjskih rekah, lokomotiva v Črnomlju, ostanki ozkotirne železnice na Planini, gasilska oprema in stroji v Slovenskem gasilskem muzeju, prikaz opreme za rudarjenje v Rudniku rjavega premoga v Kanižarici.«

Tudi na Občini Metlika menijo, da je lahko vpeljava industrijskega turizma smiseln način revitalizacije mesta, saj prenovljeni in uporabljeni objekti kažejo urejenost, vitalnost, domačnost in prijaznost mesta. Izpostavili so tekstilno industrijo, ki je bila v preteklosti prepoznavna značilnost Metlike. Predstavnica Občine Metlika:

»Tudi če industrijski objekti nimajo posebne arhitekturne vrednosti, bi bili primerni za nadaljnjo obravnavo. Kot ideja je možnost ureditve enega dela objekta kot muzejski prostor s prikazom zgodovine tovarne, tu pa bi bilo pomembno narediti tudi produkte, primerne za prodajo.«

Trenutno stanje industrijske dediščine v industrijski coni Beti sicer ocenjujejo kot slabše, saj je stara, dotrajana in utesnjeno umeščena v stanovanjsko sosesko. Priložnosti pa vidijo tudi v podjetju Kolpa d. d., ki že ima razstavno prodajni salon in bi tam lahko uredili predstavitev razvoja tehnologije, artiklov, zgodovine podjetja in podobno. O razvoju industrijskega turizma pri tovarni Beti smo se pogovarjali z njihovimi predstavniki. Pravijo, da trenutno tovarno obiščejo skupine vrtcev, šolarjev ali starejših občanov, saj jim nudijo izobraževalno vodenje po prostorih. Ti

ogledi niso pogosti, tako da za njih poskrbijo zaposleni iz komerciale ali vodja proizvodnje. Ogled zajema predstavitev zgodovine podjetja na plakatih in powerpointu v sejni sobi ter obhod po tovarni. Ker je v tovarni hrupno, vsak obiskovalec dobi čepke za ušesa ter stroga navodila o varnosti. V prvi vrsti je treba paziti na prometne poti za viličarje, obiskovalci se ne smejo dotikati ničesar, saj je preja zelo ostra in lahko hitro poreže, prav tako je prepovedano fotografiranje. Ogled proizvodnje se začne s preoblikovanjem surovega materiala podobnega ribiškemu laksu v prejo. V naslednjem koraku sledi obdelava preje v uporabnejšo obliko z dodatnim gubanjem, previjanje preje za namen barvanja in postopek barvanja v različnih kotlih za barvanje. Sledi naprava za sušenje pobarvane preje ter ponovno previjanje na končne kolute primerne za kupca. Obiskovalci si ogledajo tudi prostore za mehansko testiranje in kemično testiranje produkta. Ogled se zaključi v skladišču, kjer obiskovalce seznanijo tudi z zavrženimi in odpadnimi koluti preje, ki se nato namenijo za netekstilne namene. Podjetje Beti v celotnem nekdanjem kompleksu tovarne uporablja samo svojo proizvodno halo ter sosednje skladišče, se pa tam nahajajo še druge hale, od katerih so nekatere v najemu, druge pa prazne. Na parkirišču je še nekdanja samostojna zgradba trgovine Beti. Na tem parkirišču ni nobene urbane opreme, je pa urejena zasaditev z zelenjem, ki nudi nekaj sence.

Pri terenskem ogledu podjetij Komet in Konfekcija Julija je bilo možno vstopiti samo v njihovi trgovini, medtem ko ogled proizvodnje ni bil mogoč. Sami trgovini sta založeni z lastnimi izdelki ter z izdelki drugih proizvajalcev. Prodajalna Konfekcije Julija je bolj sodobno opremljena, pri obeh pa so zaposleni prijazni prodajalci. Konfekcija Julija je tudi prevzela blagovno znamko Beti, tako da prodajajo izdelke s tem logotipom.

7 Zaključki in predlogi

V raziskavi smo ugotovili, da je razvoj tekstilnega industrijskega turizma v Metliki možen in tudi dobrodošel. Trenutno stanje bi lahko opisali kot stanje teritorializacije, saj v Metliki gradijo tudi na drugih gospodarskih panogah, cono Beti pa občasno obiščejo šolske in interesne skupine. Za prihodnji razvoj predlagamo prehod v fazo deteritorializacije, ko bi se območje industrijske cone Beti načrtno razvijalo za potrebe turizma. Pozitivni učinki take turistične ponudbe bi bili večja prepoznavnost kraja in podjetij, ki tam delajo. Ponudba bi lahko generirala dodatni prihodek tako za turistične ponudnike kot za sama podjetja, prav tako bi se lahko dvignil ugled

podjetja in destinacije. Lokalno prebivalstvo pa bi dobilo nove zaposlitvene priložnosti in višjo kakovost bivanja. Pozitivni učinki bi bili tudi za obiskovalce mesta, saj bi na tak način spoznavali tradicijo destinacije, dobili nova znanja o tekstilni industrijski tehniki ter delu, se naučili sami izdelovati določene tekstilne izdelke in po primerni ceni kupili visokokakovostne tekstilne izdelke. Med obiskovalci bi bile predvsem družine, šolske skupine, interesne skupine in poslovni turisti, ki bi Metliko obiskali zaradi kulturne in naravne dediščine, reke Kolpe, prireditev, timbuilding ali tranzita na druge destinacije.

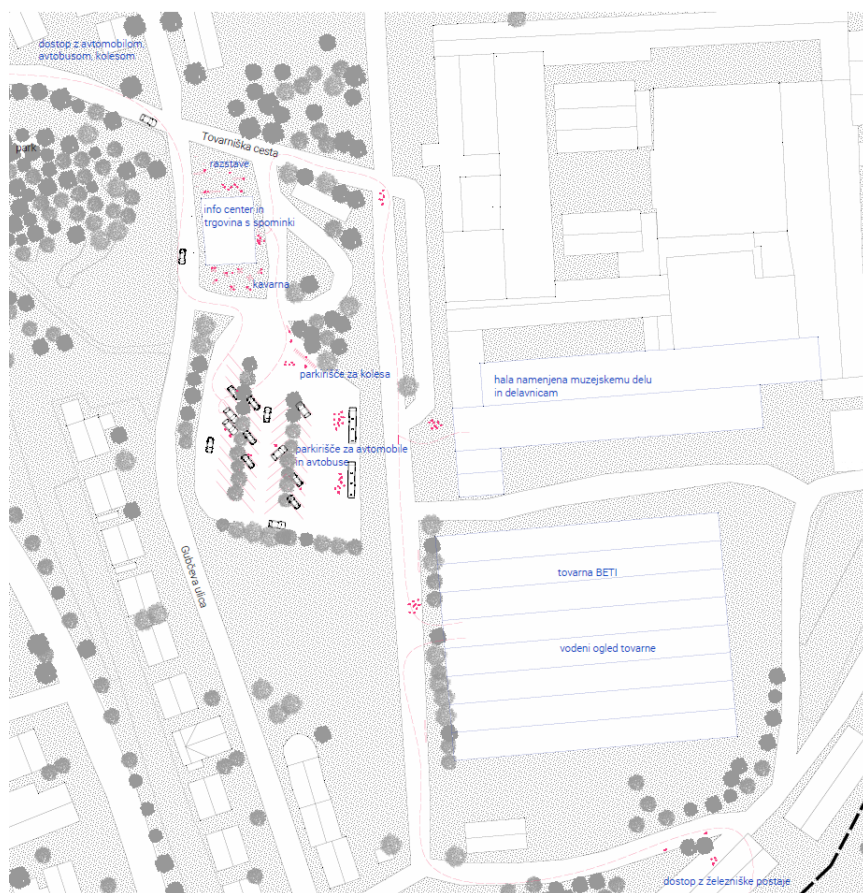
Pri oblikovanju turističnega produkta je osnova dobra zgodba, tako bi lahko za tekstilni industrijski turizem napisali lastno zgodbo. Lokalna identiteta temelji na tradicionalnih vzorcih vezenin in grafičnih elementih na pisanicah, na domačnosti in pristnosti, na belokranjski narodni noši iz lanu, na tekstilni industriji, kjer je bilo včasih zaposlenih veliko število domačinov in kjer je nekoč delovala srednja šiviljska šola. Vse to je osnova za »Zgodbo o industrijski Metliki«, ki smo jo oblikovali kot predlog za razvoj tekstilnega industrijskega turizma v Metliki:

»Od lanenega polja in obdelave naravi prijazne preje, do tradicionalne narodne noše in ostalih urbunskih tekstilnih izdelkov. Že od nekdaj pri tem sodelujejo domačini, ki lahko danes tekstilno Metliko prikažejo kot doživetje in omogočijo unikatno izkušnjo industrijskega turizma. Pristnost in domačnost celotni ponudbi dajejo čudovite belokranjske podobe.«

Na osnovi te zgodbe bi oblikovali turistične produkte, kot so v prvi vrsti samostojni produkt vodenega ogleda tovarne Beti. Ogled bi trajal 1,5 ure, namenjen pa bi bil za skupine do 20 oseb, pri čemer bi se lahko večje skupine razdelile in se vmes zamenjale (ogled/delavnica). Skupino bi najprej sprejeli v centru za obiskovalce, tam bi bila predstavitev zgodovine podjetja. Na tem delu bi se nahajal tudi muzej zgodovine podjetja (razstavili bi stare stroje, stare izdelke, imeli plakatno predstavitev in multimedijo). Obiskovalci bi nato odšli na ogled proizvodnje, potem pa bi se udeležili delavnice s tekstilom (na primer delavnica sitotiska). V delavnicah bi ustvarjali iz lanu, delali bi značilne belokranjske vzorce ali njihovo sodobno modifikacijo. Obisk bi se zaključil v trgovini s spominki in tekstilom vseh lokalnih proizvajalcev. Trgovina bi se nahajala v sprejemnem centru.

Za ustrezen razvoj industrijskega turizma bi bilo potrebno urbanistično urediti tudi sam prostor industrijske cone oziroma pripadajoče objekte in infrastrukturo (slika

1). Do območja bi se lahko dostopalo prek več poti – iz smeri glavne ceste z avtomobili in peš iz vlaka oziroma železniške postaje. Na novo bi se uredilo parkirišče, da bi bilo primerno za avtomobile, avtobuse in tudi za kolesa. Obiskovalci bi se najprej zbrali v sprejemnem centru, ki je hkrati trgovina s spominki. Pred tem objektom bi uredili priložnostne razstave lokalnih umetnikov v povezavi z izdelki podjetja Beti, v zadnjem delu pa bi bila manjša kavarna. Obiskovalci bi pot nadaljevali do glavnega objekta, kjer bi si ogledali proizvodnjo ter do hale, v kateri bi bile organizirane delavnice in muzejski del. Rdeča nit celotnega ogleda bi bil slogan tovarne Beti: World of colors (Svet barv).



Slika 1: Urbanistična rešitev območja Beti.

Vir: Bernarda Vidmajer, 2019.

Samo ponudbo ogleda tovarne Beti bi združili v več integralnih turističnih produktov, ki bi bili namenjeni različnim ciljnim skupinam. Tako bi ustvarili vikend paket za pare ali manjše skupine, kjer bi dodali še kulinariko in kulturo oziroma udeležbo na kulturnih prireditvah. V enodnevem paketu za šolske skupine bi dodali še spoznavanje mesta in zgodovine ter obisk lokalnega muzeja. V dvodnevem paketu za družine bi industrijskemu turizmu dodali še športne aktivnosti na reki Kolpi in v okolici. V enodnevem paketu za poslovne ali tranzitne turiste pa bi poudarili tudi druga tekstilna podjetja in možnost nakupovanja tekstilnih izdelkov, dodali pa bi tudi lokalno kulinariko. Za vse pakete bi pripravili tudi lastno promocijsko kampanjo, katere rdeča nit bi bila sodobnosti prilagojeni tradicionalni belokranjski vzorci, ki bi jih uporabljali na promocijskih izdelkih in informativnih gradivih (slika 2).



Slika 2: Primer promocijskega vzorca.

Vir: Jakob Puh, 2019.

Revitalizacija s pomočjo razvoja industrijskega turizma lahko kot prikazano poseže na več vidikov ureditve mesta. Kot osnova doda destinaciji novo turistično ponudbo, ki privabi nove turiste, lokalnemu prebivalstvu pa omogoči razvoj različnih storitev za obiskovalce ter s tem dodana delovna mesta. Prav tako spodbudi osnovno podjetje k boljšemu stiku z obiskovalci in (potencialnimi) kupci ter omogoči večjo prodajo lastne blagovne znamke. Z vidika urbanizma nova ponudba poskrbi za urejeno in funkcionalno okolico, kjer lahko zapuščeni objekti dobijo nov namen. Nenazadnje pa industrijski turizem skrbi za ohranjanje tradicije in prenašanje

znanja na nove generacije. Primer Metlike je pokazal, da lahko lokalna uprava z inovativnim pristopom spodbudi razvoj mesta, tudi če je nekdanja cvetoča industrija nazadovala. Mnoge destinacije po svetu bi prav tako lahko stopile v ekonomijo doživetij in poleg osnovnih izdelkov ponudile tisto, kar turisti najbolj cenijo – pristno zgodbo in doživetje destinacije.

Zahvala

Raziskava je bila narejena v sklopu projekta Zgodba o industrijski Metliki: Oblikovanje inovativnih turističnih produktov: industrijski turizem, revitalizacija in trajnost (Projektno delo z negospodarskim in neprofitnim sektorjem-Študentski inovativni projekti za družbeno korist 2016-2020 za študijski leti 2018/2019 in 2019/2020. Naložbo sta sofinancirali Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada.). Pri projektu so sodelovali Allium, zaposlitveni center, z. o. o., so. p., Poslovna enota Metlika, študenti Fakultete za turizem Univerze v Mariboru ter študenti Fakultete za arhitekturo, Fakultete za družbene vede in Pedagoške fakultete Univerze v Ljubljani.

Literatura

- Argemí Ballbè, J. (2012). Industrial tourism: when the industry becomes a chance for tourism. Conference of the International Forum on Urbanism. "6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM, Barcelona, 25–27 gener", str. 1–9.
- AJPES. (2019). Poslovni register Slovenije. Pridobljeno iz <https://www.ajpes.si/prs/>, 31. 12. 2019.
- Bavdek, P. (1986). Belokranjska noša. V J. Dular (ur.), Bela krajina (str. 40). Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Boros, L., Martyin, Z. in Pal, V. (2013). Industrial tourism trends and opportunities. Forum geografic. Studii și cercetări de geografie și protecția mediului, 12(1), str. 108–114.
- Brancelj Bednaršek, A. (2015). Metlika: sedem refleksij. Metlika: Belokranjski muzej.
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Geneva, UN-Dokument A/42/427.
- Cooper, C. (2016). Izazovi za inovacije u turizmu: revitalizacija zrelih destinacija. Acta turistica, 28(2), str. 183–200.
- Cornelius, N. in Wallace, J. (2010). Cross-Sector Partnerships: City Regeneration and Social Justice. Journal of Business Ethics, 94, str. 71–84.
- Edwards, J. A. in Llundés, J. C. (1996). Mines and quarries: industrial heritage tourism. Annals of Tourism Research, 23(2), str. 341–363.
- Frew, E. A. (2000). Industrial tourism: a conceptual and empirical analysis (doktorska disertacija). Melbourne: Victoria University.

- García-Hernández, M., de la Calle-Vaquero, M. in Yubero, C. (2017). Cultural Heritage and Urban Tourism: Historic City Centres under Pressure. *Sustainability*, 9(8), 1346, str. 1–19.
- Giovanoni E. in Fabietti, G. (2013). What Is Sustainability? A Review of the Concept and Its Applications. V C. Busco, M. L. Frigo, P. Quattrone in A. Riccaboni (eds.), *Integrated Reporting: Concepts and Cases that Redefine Corporate Accountability* (str. 21–40). London: Springer.
- Harris, J. M. (2003). Sustainability and Sustainable Development. V A. Carter Aitken (ed.), *Internet Encyclopaedia of Ecological Economics* (str. 1–12). International Society for Ecological Economics.
- Ho, D. in Hou, H. (2019). Enabling sustainable built heritage revitalisation from a social and technical perspective. *Facilities*, 37(11/12), str. 704–722.
- Hospers, G.-J. (2002). Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union. *European Planning Studies*, 10(3), str. 397–404.
- Ifko, S. (2010a). Industrijski turizem v Sloveniji – priložnost za razvoj izobraževanja o sodobni slovenski identiteti. V A. Brezovec in J. Mekinc (ur.), *Management, izobraževanje in turizem [Elektronski vir]: družbena odgovornost za trajnostni razvoj: 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo*, 21.-22. oktober 2010, Portorož: zbornik referatov = proceedings (str. 706–714). Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije.
- Ifko, S. (2010b). Trendi razvoja industrijskega turizma v Evropi. V A. Brezovec in J. Mekinc (ur.), *Management, izobraževanje in turizem [Elektronski vir]: družbena odgovornost za trajnostni razvoj: 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo*, 21.-22. oktober 2010, Portorož: zbornik referatov = proceedings (str. 715–727). Portorož: Turistica, Fakulteta za turistične študije.
- Krystal, M. (2000). Cultural Revitalization and Tourism at the Moreria Nima' K'Iche'. *Ethnology*, 39(2), str. 149–161.
- Kuščer, K. in Mihalič, T. (2019). Residents' Attitudes towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation–The Case of Ljubljana. *Sustainability*, 11(6), str. 1–16.
- Lee, C.-F. (2016). An investigation of factors determining industrial tourism attractiveness. *Tourism & Hospitality Research*, 16(2), str. 184–197.
- Merciu F.-C., Merciu G.-L., Cercelex A.-L. in Drăghici C. C. (2014). Conversion of industrial heritage as a vector of cultural regeneration. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 122, str. 162–166.
- Občina Metlika (2017a). Vízitka občine. Pridobljeno iz <https://www.metlika.si/vizitka>, 31. 12. 2019.
- Občina Metlika (2017b). Pregled gospodarstva v Občini Metlika skozi zgodovino do leta 1991. Pridobljeno iz <https://www.metlika.si/objava/114454>, 31. 12. 2019.
- Otgaard, A. H. J. (2010). *Industrial tourism: where the public meets the private*. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam.
- Pine, B. J. in Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard business review*, 76, str. 97–105.
- Pine, B. J. in Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Press.
- Plut, D. (2008). Pokrajinske značilnosti Bele krajine. V D. Plut (ur.). *Bela krajina in Krajinski park Lahinja*. Ljubljana: Oddelek za geografijo, Filozofska fakulteta.

- Rosa, V. (2018). Social Citizenship and Urban Revitalization in Canada. *Canadian Journal of Urban Research*, 27(2), str. 25–36.
- Rus, Z. (1999). *Kronika mesta Metlike*. Metlika: Belokranjsko muzejsko društvo.
- Sever, B. in Ternar, J. (1995). *Dolenjska, Bela krajina A–Ž: priročnik za popotnika in poslovnega človeka*. Murska Sobota: Pomurska založba.
- SURS (b.d.). Podatkovna baza SiStat. Pridobljeno iz <https://www.stat.si/statweb>, 31. 12. 2019.
- Škof, J. (1993). *Bela krajina v običajih in zgodbah*. Ljubljana: Skledar.
- UNWTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Pridobljeno iz <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, 9. 1. 2020.
- UNWTO and United Nations Development Programme. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights*. Madrid: UNWTO.
- Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N. in Plaza-Mejía, M. A. (2009). Understanding Residents' Attitudes toward the Development of Industrial Tourism in a Former Mining Community. *Journal of Travel Research*, 47(3), str. 373–387.
- Wallace, A. (1956). Revitalization movements. *American Anthropologist*, 58(2), str. 264–281.
- Xie, P. F. (2015). A life cycle model of industrial heritage development. *Annals of Tourism Research*, 55, str. 141–154.
- Župančič, O. (1986). Krosna. V J. Dular (ur.), *Bela krajina* (str. 42). Ljubljana: Cankarjeva založba.