

**Osnovna šola Vencija Perka**

Ljubljanska cesta 58 a

1230 DOMŽALE

01/729 83 00

[www.os-vperka.si](http://www.os-vperka.si)

[os.vp-domzale@guest.arnes.si](mailto:os.vp-domzale@guest.arnes.si)

**38. državni festival Turizmu pomaga lastna glava**  
**Okusni zakladi: Lokalni kulinarčni spominki s**  
**trajnostnim pridihom**



*To ni več vprašanje.*

**Avtorji so učenci 4. in 6. razreda, ki obiskujejo ID Raziskujemo naš domači kraj:**

Kris Lazar, Julija Božnik, Neja Kremlj, Aljaž Ovnik, Anja Vranič, Vita Brate, Lori Gerželj, Hana Burnik

**Mentorici:**

mag. Darja Hristovski Kandušer, uni. dipl. soc. ped., mag. spec. in rehab. ped.

Katja Erban, uni. dipl. prof. razrednega pouka

**Domžale, šolsko leto 2023/2024**

# POVZETEK

**ŠOLA:** OSNOVNA ŠOLA VENCLJA PERKA

tel.: (01) 729 8 300

www.os-vperka.si

e-mail: os.vp-domzale@guest.arnes.si

**NASLOV RAZISKOVALNE NALOGE:** **BEE TEA** ALI NE BITI V DOMŽALAH? To ni več vprašanje.

## **Avtorji:**

1. Hana Burnik, 4. a
2. Julija Božnik, 6. a
3. Vita Brate, 6. a
4. Lori Gerželj, 6. a
5. Nejla Kremlj, 6. a
6. Kris Lazar, 6. a
7. Aljaž Ovnik, 6. a
8. Anja Vranič, 6. a

**Mentorji:** Darja Hristovski Kandušer, Katja Erban

## **Povzetek:**

V Domžalah je poleg slamnikarstva razvito tudi čebelarstvo, ohranja pa se tudi več kot 100 letna tradicija nekaterih gostiln. Tradicionalne jedi, ki bi bila značilna samo za naš kraj, nimamo. Prav tako nimamo lokalnega kulinaričnega spominka. Zato smo se odločili, da ustvarimo svojega, s katerim želimo obogatiti obstoječo gostinsko ponudbo in hkrati doprinesi k ohranjanju bogate kulturne dediščine znotraj že omenjenih panog. Z našim inovativnim umetniškim turistično-kulinaričnim spominkom »BeeTea ali ne biti v Domžalah« poleg kulinarike povezujemo tradicijo slamnikarstva in čebelarstva, promoviramo inovativno uporabo slame, čebeljih produktov in apiterapije ter razvijamo oziroma širimo zavest o pomenu čebel za človeka in okolje. Spominek združuje pralino z okusom čaja, kot ga na tržišču še nismo zasledili, večnamenski unikatni podstavek z estetsko ulitimi koščki slame, cvetovi ameriškega slamnika in cvetnega prahu ter vrečko semen medovitega ameriškega slamnika, ki jih uporabnik vzgoji kot hrano za čebele. Ob ustvarjanju »okusnega zaklada« nam je uspelo povezati tri izjemne mojstrice, ki so z nami soustvarile lokalni kulinarični spominek s trajnostnim pridihom.

## **Ključne besede:**

bee tea, kulinarični spominek, pralina, čaj, med, slamnik, tradicija, trajnost

## **ZAHVALA**

*Učenci interesne dejavnosti Raziskujemo naš domači kraj se zahvaljujemo izdelovalki iz slame Ani Cajhen, čebelarki Niki Pengal, slaščičarki Niki Svetec, Kulturnemu društvu Blunout, da so podprli našo idejo in jo pomagali realizirati.*

*Zahvaljujemo se tudi Miliki Breznik za sodelovanje v video spotu.*

*Največja zahvala gre učiteljicama Darji Hristovski Kandušer in Katji Erban, ki sta nam nudili pomoč in nas spodbudbujali pri raziskovanju, ustvarjanju, pisanju in oblikovanju našega kulinaričnega spominka. Hvaležni smo tudi ravnateljici Maši Mlinarič in šolskemu skladu, ki sta naš projekt podprla.*

*Hvala našemu hišniku, računalnikarici, staršem, mizarju Janezu Selšku, učiteljici Martini Lesjak in vsem ostalim, ki so nam in nam še bodo pomagali pri izvedbi turistične tržnice.*

# KAZALO:

|          |                                                                         |           |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>UVOD .....</b>                                                       | <b>1</b>  |
| <b>2</b> | <b>NAČRTOVANJE IN OBLIKOVANJE TURISTIČNO-KULINARIČNEGA SPOMINKA ..</b>  | <b>2</b>  |
| 2.1      | METODOLOGIJA DELA.....                                                  | 2         |
| 2.2      | CILJI NAŠEGA DELA .....                                                 | 2         |
| 2.3      | IDEJNA ZASNOVA KULINARIČNEGA SPOMINKA .....                             | 2         |
| <b>3</b> | <b>BEE TEA ali NE BITI v Domžalah .....</b>                             | <b>3</b>  |
| 3.1      | KULINARIČNI SPOMINEK S TRAJNOSTNIM PRIDIHOM.....                        | 3         |
| 3.2      | OBLIKOVANJE LOGOTIPA.....                                               | 5         |
| 3.3      | OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI .....                                        | 5         |
| 3.4      | REKLAMNI VIDEO SPOT .....                                               | 5         |
| 3.5      | POSLOVNA PRILOŽNOST .....                                               | 6         |
| 3.5.1    | Swot analiza (PSPN matrika) turističnega produkta .....                 | 6         |
| 3.5.2    | Ciljne skupine za prodajo našega »BeeTea ali ne biti v Domžalah?« ..... | 7         |
| 3.6      | PORAZDELITEV DELA.....                                                  | 7         |
| 3.7      | KJE BOMO DOBILI MATERIAL? .....                                         | 9         |
| 3.8      | DOVOLJENJA .....                                                        | 9         |
| <b>4</b> | <b>PREDVIDENI PRIHODKI IN ODHODKI.....</b>                              | <b>10</b> |
| 4.1      | PRIHODKI IN ODHODKI .....                                               | 10        |
| 4.2      | IZRAČUN CENE NAŠEGA KULINARIČNEGA SPOMINKA.....                         | 10        |
| <b>5</b> | <b>TRŽENJE IN PROMOCIJA .....</b>                                       | <b>11</b> |
| 5.1      | KAKO GA BOMO PROMOVIRALI IN TRŽILI?.....                                | 11        |
| 5.2      | REKLAMNI MATERIALI .....                                                | 12        |
| 5.2.1    | Promocijski čistilčki za mobilni zaslon.....                            | 12        |
| 5.2.2    | Majice z logotipom.....                                                 | 12        |
| 5.2.3    | Slamniki .....                                                          | 12        |
| 5.2.4    | Reklamni pano v obliki apikomore .....                                  | 12        |
| 5.3      | KAKO GA BOMO OGLAŠEVALI? .....                                          | 13        |
| 5.3.1    | Družbena omrežja.....                                                   | 13        |

|          |                                                             |           |
|----------|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.2.2    | Radio HIT .....                                             | 13        |
| 5.2.3    | Spletni portal Domžalec .....                               | 13        |
| <b>6</b> | <b>PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA NA TRŽNICI .....</b> | <b>13</b> |
| <b>7</b> | <b>ZAKLJUČEK .....</b>                                      | <b>14</b> |
| <b>8</b> | <b>VIRI IN LITERATURA .....</b>                             | <b>15</b> |
| <b>9</b> | <b>PRILOGE .....</b>                                        | <b>16</b> |
| 9.1      | SESTAVINE IN ALERGENI V PRALINI.....                        | 16        |
| 9.2      | PROŠNJA ZA SODELOVANJE .....                                | 16        |
| 9.3      | PROŠNJA ŠOLSKEMU SKLADU ZA FINANČNO POMOČ .....             | 17        |
| 9.4      | PROŠNJA OBČINI ZA FINANČNO POMOČ .....                      | 18        |

## KAZALO SLIK:

|          |                                                                         |   |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|---|
| Slika 1: | Člani turističnega podmladka v Apiterapevtskem čebelnjaku Domžale ..... | 3 |
| Slika 2: | Prerez praline "BeeTea" .....                                           | 4 |
| Slika 3: | Pralina "BeeTea na podstavku.....                                       | 4 |
| Slika 4: | Deklaracija.....                                                        | 4 |
| Slika 5: | Logotip .....                                                           | 5 |

## KAZALO TABEL:

|           |                                                            |    |
|-----------|------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1: | Predvideni prihodki in odhodki.....                        | 10 |
| Tabela 2: | Izračun cene našega »BeeTea ali ne biti v Domžalah?« ..... | 11 |

# 1 UVOD

Domžalčani ljubimo slamnike, čebele in hrano. Imamo bogato slamnikarsko in tudi čebelarsko tradicijo, na področju kulinarike in turizma premoremo kar nekaj gostiln in gostinskih lokalov, ki imajo dolgoletno tradicijo in na katere smo lahko upravičeno ponosni. Nimamo pa lokalne jedi in kulinaričnega spominka, ki bi bila značilna le za naš kraj. Ravno zato smo mi, turistični podmladek iz Domžal, želeli nekaj več. Ustvariti smo želeli produkt, ki bi ga lahko tretirali kot spominek s trajnostno noto in bi ponujal doživetje na več senzornih področjih ter združeval bogato domžalsko tradicijo, ki se je do danes prenašala iz roda v rod. Nastal je »BeeTea ali ne biti v Domžalah«.

Kulinarični spominek je »paket« kulinaričnega ter drugih multisenzornih doživetij. Kot kulinarično izkušnjo ponudimo pralino z okusom klasičnega čaja ameriškega slamnika z limono in medom. Dodali smo mu medeni hrustljavček, ki prija ob vsakem čaju. Okus ameriškega slamnika smo izbrali kot prisodobo domžalskih slamnikov. Pralino postrežemo na estetsko oblikovanem podstavku iz umetne mase, kamor smo simbolično vgradili elemente predhodno omenjenih domžalskih panog – slamo, cvetove slamnika in cvetni prah. Podstavek je večnamenski, saj je lahko obesek za ključke ali ogrlica. Za trajnostno noto, ki služi v prid našim čebelam in ohranjanju le-teh, smo se odločili v paketek priložiti tudi semena medovitega slamnika. Uporabnik jih bo lahko posejal, vzgojil rastlinice in jih prinesel v domžalski čebeljak, kjer bo v zameno za čebeljo hrano lahko koristil apiterapevtsko storitev. Menimo, da smo z našim spominkom ustvarili pravi »okusni zaklad«.

Ob zasnovi in realizaciji našega »BeeTea«-ja smo pripravili tudi načrt promocije ter trženja, zapisali naloge vseh sodelujočih, ob tem pa naredili tudi swot analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti produkta.

## 2 NAČRTOVANJE IN OBLIKOVANJE TURISTIČNO-KULINARIČNEGA SPOMINKA

### 2.1 METODOLOGIJA DELA

Metode načrtovanja in realiziranja turistično-kulinaričnega spominka in naloge so:

- brain storming in zbiranje idej,
- delo z literaturo in spletnimi viri,
- analiza obstoječe ponudbe na trgu,
- delo na terenu (obisk Slamnikarskega muzeja Domžale, pogovor z Ano Cajhen, obisk apiterapevtskega čebelnjaka Domžale in pogovor z Niko Pengal, obisk Bon bon Ateljeja in pogovor z Niko Svetec, pogovor in predstavitev ideje županji Renati Kosec in predstavnikom občine, snemanje promocijskega videospota),
- izdelava turistično-kulinaričnega spominka, stojnice in spletne strani,
- trženje turistično-kulinaričnega spominka.

### 2.2 CILJI NAŠEGA DELA

Cilji raziskovanja in dela so:

- izdelati inovativen in umetniški turistično-kulinarični spominek s trajnostno noto,
- širiti prepoznavnost našega kraja in obogatiti kulturno dediščino,
- v turistično-kulinaričnem spominku povezati tradicijo slamnikarstva, čebelarstva in kulinarike,
- popestriti lokalno gostinsko ponudbo,
- promovirati načine inovativne uporabe slame, apiterapijo in čebelje produkte,
- razvijati in širiti zavest o pomenu čebel za človeka in okolje ter ohranjanju kulturne dediščine in tradicije.

Pravo idejo smo iskali dolgo časa. Želeli smo ustvariti produkt, ki ga na tržišču še nismo zasledili in bi imel trajnostno noto ter združeval več prepoznavnih panog našega kraja, na katere smo ponosni.

### 2.3 IDEJNA ZASNOVA KULINARIČNEGA SPOMINKA

Lačni obiskovalec Domžal se lahko podpre z Lenčkovimi kremnimi rezinami, domžalskim šobljem v Gostilni Keber, ocvrtim piščancem z Rov in z domačim pivom Adama Ravbarja. V zadnjem času lahko obišče tudi kulinarični dogodek Kuhna na plac'. Ob raziskovanju trga in kulinarične ponudbe v

Domžalah, smo naleteli tudi na medeni čigumi Gospodične Medične, ki je s svojim produktom zmagala na Štartaj Domžale (več na: <https://domzalec.si/novice/podjetnistvo/startaj-domzale-od-strasti-poslovne-ideje-do-zmage-nika-pengal-gospodicna-medicna/>). Njena ideja nas je tako pritegnila, da smo si ob ustvarjanju kulinarичnega spominka s trajnostnim pridihom, ki ga zaenkrat v Domžalah še ni, želeli njeno zgodbo združiti z našo. Hkrati smo želeli ostati zvesti tudi slamnikarstvu. Ob iskanju prave ideje smo razmišljali takole:

Nejla: »Kaj, če bi pekli medene piškote in jih postregli na slamnatem krožniku?«

Vita: »Lahko bi izdelali otroško medeno pivo v lepi flaški s slamico iz slame.«

Julija: »Naredimo medene kroglice z medenim čigumijem v sredini.«

Anja: »Naredimo bubble tea z okusom medu.«

Ideja o medenem čaju in »bablčkah«, ki bi v sebi skrivali medeni čigumi, nas je prevzela tako zelo, da smo kar dva meseca ustvarjali kulinarичno poslastico z delovnim naslovom »BeeTea ali ne biti v Domžalah«, ki na koncu ni uspela. Spet smo bili na začetku.



*Slika 1: Člani turističnega podmladka v Apiterapevtskem čebelnjaku Domžale*

(Vir: foto - Katja Erban)

Iskali smo dodaten navdih. Obiskali smo domžalski TIC ter Gospodično Medično, ki sliši na ime Nika Pengal. Predstavila nam je svoje delo v čebelnjaku in zunaj njega. Med drugim nam je povedala, da je ena izmed izjemno medovitih rastlin tudi ameriški slamnik. To se nam je zdelo kot naročeno za naš produkt. Odločili smo se, da bomo v njem uporabili čaj ameriškega slamnika, ker smo tudi v Domžalah izjemno znani po slamnikih. Razmišljali smo, v kakšni obliki bi lahko združili čaj in medene izdelke. Nastala je ideja o bonbonu, zato smo se povezali z Niko Svetec, ki v svojem Bon bon Ateljeju izdeluje

vrhunske praline. Luč sveta je ugledal naš »BeaTea«, ki smo ga nadgradili s trajnostno noto.

### **3 BEE TEA ali NE BITI v Domžalah**

#### **3.1 KULINARIČNI SPOMINEK S TRAJNOSTNIM PRIDIHOM**

Ker v vrvežu vsakdana za obred pitja čaja na žalost pogosto nimamo časa, smo se odločili čaj »postaviti« v nekoliko drugačno obliko. Nastala je pralina, ki v svojem bogatem okusu združuje vse prvine, ki jih

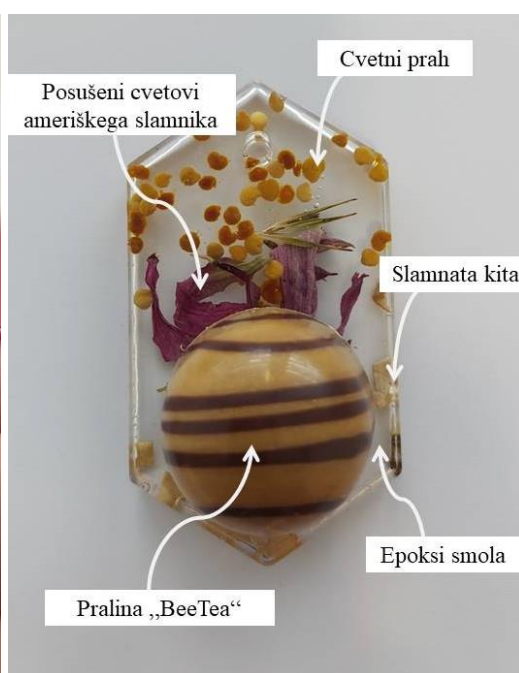


okušamo ob pitju klasičnega čaja, torej limono, med in čaj. Okus zaokroži še medeni hrustljavček, ki se prileže ob čaju. Pralina spominja na čebelico, kar asociira na »čebelji čaj«, v njej pa smo uporabili lipov med naše Gospodične Medične ter čaj iz cvetov lokalnega ameriškega slamnika. Slame v dobrednem pomenu pač ne moremo jesti, metaforično pa lahko okušamo »slamnik«, simbol Domžal. Glede na to, da je v Domžalah še vedno ohranjena tradicija izdelovanja slamnikov in različnih spominkov iz slame, ki jih zelo ustvarjalno izdeluje Ana Cajhen, smo se povezali tudi z njo. Skupaj smo ustvarili obesek, ki vsebuje slamo, cvetove ameriškega slamnika in cvetni prah ter tako simbolično povezuje lokalne domžalske panoge. Obesek je lahko čudovit kos nakita, obesek za ključce, v našem primeru pa služi tudi kot ličen podstavek pralini.



*Slika 2: Prerez praline "BeeTea"*

(Vir: Foto – Nika Svetec)



*Slika 3: Pralina "BeeTea" na podstavku*

(Vir: Foto – Katja Erban)



*Slika 4: Deklaracija*

(Vir: Foto – Katja Erban)

Da bi za trajnostno noto poskrbeli še v večji meri, smo se odločili, da uporabniku k že opisanem spominku priložimo tudi semena ameriškega slamnika. V kolikor jih bo posejal in vzgojil, lahko rastlinice prinese v čebelnjak h Gospodični Medični, ta pa mu bo v zameno za medovito hrano čebelic podarila apiterapijo. V turistično-kulinaričnem spominku smo tako povezali tradicijo slamnikarstva, čebelarstva in kulinarike, združili načine inovativne uporabe slame, čebelje produkte, apiterapijo in opozorili na pomen čebel za človeka in okolje ter ohranjanje kulturne dediščine in tradicije.

## 3.2 OBLIKOVANJE LOGOTIPA

Logotip je nastal na podlagi več risb turističnega podmladka, ki smo jih združili v celoto.



Slika 5: Logotip (Vir: Katja Erban, Darja Hristovski Kandušer)

Osnovna oblika logotipa je satje, znotraj katerega čebelica v obliki praline s svojim letom izriše naš letošnji slogan »BeeTea ali ne biti v Domžalah?« To ni več vprašanje, saj se izplača.

Odločili smo se za minimalistično uporabo barv, vse pa je v znamenju zlatih kit oziroma medu.

Risbo logotipa je računalniško in vektorsko obdelala učiteljica Martina Lesjak.

## 3.3 OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI

Spletna stran bo oblikovana na spletišču arnes.si. Uporabnik bo do nje dostopal prek QR kode, ki jo bo poskeniral s spominka. Spletišče bo vsebovalo podatke o turističnem spominku BeeTea, in sicer o:

- pralini in njegovih sestavinah,
- izdelku iz slame, cvetov ameriškega slamnika in čebeljih pridelkov,
- doživetju v Apiterapevtskem čebelnjaku Domžale.

Spletišče, ki je trenutno še v pripravi, bo premierno predstavljeno na turistični tržnici. Nanj bodo obiskovalci dostopali preko QR kode, ki jo bodo lahko poskenirali z našega izdelka ali z majic naših promotorjev. Oblikovali ga bomo tako, da bo estetsko in zanimivo za uporabnika. Spletni naslov bo: <http://beeteaalinebiti.splet.arnes.si>

## 3.4 REKLAMNI VIDEO SPOT

Izdelali smo promocijski videospot, v katerem smo z našo zgodbo »BeeTea ali ne biti v Domžalah« prepletkali zgodbe treh mojstric svoje obrti – Nike Svetec (slaščičarka), Nike Pengal (čebelarka), Ane Cajhen (slamnikarica). Za sodelovanje v videospotu smo poleg omenjenih deklet in turističnega

podmladka zaprosili tudi Milko Breznik, ki prenaša znanje pletenja slamnatih kit na mlajše rodove. V videospotu smo opozorili na minevanje časa in spremembe, ki jih le-to prinese. V vsakdanji gonji za materialnim pogosto nimamo časa niti za čaj. Mi smo iznašli rešitev.

Z videospotom želimo v uporabniku vzbuditi zanimanje in željo po trajnostnem spominku, ki ponuja edinstveno kulinarično doživetje ter doživetje v Apiterapevtskem čebelnjaku Domžale. Z omenjenim produktom in vzbujaanjem zavesti o bogati kulturni dediščini in tradiciji Domžal uporabnik spozna, da se k nam splača priti.

Videospot bo poslan komisiji, objavljen bo na šolski spletni strani in predstavljen tudi na tržnici.

## 3.5 POSLOVNA PRILOŽNOST

### 3.5.1 Swot analiza (PSPN matrika) turističnega produkta

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PREDNOSTI:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• inovativen in edinstven produkt</li> <li>• produkt, ki omogoča prepoznavnost našega kraja</li> <li>• produkt, ki omogoča spoznavanje čebelarstva in krepi zavest o pomenu čebel</li> <li>• produkt, ki omogoča multisenzorna doživetja</li> <li>• produkt, ki zadosti vsem prvinam letošnje teme TPLG</li> <li>• produkt, ki je lahko del gostinske ponudbe v domačem kraju in širše</li> <li>• kvalitetna izdelava produkta</li> <li>• upoštevanje trendov (QR koda, opremljenost spletne strani z navodili za uporabo)</li> <li>• upoštevanje HACCP</li> <li>• naravne sestavine brez umetnih barvil in ojačevalcev okusa</li> <li>• pripravljenost izpopolnjevanja produkta po potrebi</li> <li>• z vzgojo rastlin skrbimo za trajnostni razvoj</li> <li>• promoviranje kraja, šole</li> </ul> | <b>SLABOSTI:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rok uporabe</li> <li>• izdelava produkta po naročilu (produkt ni takoj dostopen)</li> <li>• nekonvencionalen okus praline, ki mogoče ni všeč vsakemu</li> <li>• neuporabnost produkta za tiste, ki nimajo možnosti skeniranja QR kod</li> <li>• težave s skeniranjem QR kod, omejen dostop do omrežja</li> <li>• mladost turističnega podmladka in posledično manj znanja na področju trženja, promocije</li> <li>• manj možnosti za trženje, ker nimamo s.p.</li> <li>• len uporabnik, ki ne vzgoji rastlin</li> <li>• soodvisnost izvajalk dejavnosti za en produkt</li> <li>• nesprejemljiva cena</li> </ul> |
| <b>PRILOŽNOSTI IN PRIPOROČILA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sodelovanje z lokalno skupnostjo</li> <li>• obogatitev gostinske ponudbe</li> <li>• vključevanje produkta v obstoječe in nove projekte</li> <li>• prepoznavnost produkta</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>NEVARNOSTI:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• previsoki, neuresničljivi cilji</li> <li>• premalo dotoka sredstev</li> <li>• konkurenca na tržišču</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

### 3.5.2 Ciljne skupine za prodajo našega »BeeTea ali ne biti v Domžalah?«

Zasnovan turistično-kulinarični spominek je namenjen:

- lokalni ali širši gostinski ponudbi,
- obiskovalcem lokalnih prireditev in prireditev širom Slovenije,
- turistom,
- domačinom,
- poslovnim partnerjem občine, šole, Blunouta, Slamnikarskega muzeja, Čebelarskega društva ipd.

## 3.6 PORAZDELITEV DELA

Učenci skupaj z mentoricama in bodo:

- oblikovali logotip,
- izdelali apiterapevtsko komoro,
- posneli promocijski videospot,
- pripravili letak za promocijo,
- sodelovali pri ustvarjanju produkta,
- poiskali kontakte in pomoč za izdelavo majic, spletišča, stojnice,
- izdelali in urejali obvestila na socialnem omrežju Facebook,
- poiskali kontakte pomembnih ljudi v Domžalah in jih povabili k sodelovanju,
- predstavili produkt gostilnam v Domžalah in širše,
- promovirali in predstavili naš produkt na festivalu Turizmu pomaga lastna glava.

Učiteljica za LUM bo:

- vektorsko obdelala logotip.

Hišnik nam bo:

- pomagal pri izdelavi turističnega rekvizita.

Računalnikarica nam bo:

- pomagala pri izdelavi spletne strani.

Učiteljici filmske vzgoje bosta:

- pomagali pri izdelavi videospota.

Vodstvo OŠ Vencija Perka in šolski sklad bodo:

- finančno podprli naš projekt,
- pomagali pri izvedbi projekta.

Občina Domžale bo:

- finančno podprla naš projekt,
- pomagala pri izdelavi reklamnega materiala.

TIC Domžale bo:

- pomagali pri izvedbi projekta in reklami,
- nas obveščal o dogodkih in prireditvah v Domžalah,
- predstavili naš projekt drugim TD in ostalim društvom v okolici.

Slamnikarski muzej Domžale bo:

- pomagal pri trženju našega turističnega produkta,

Slamnikarica Ana Cajhen bo:

- sodelovala pri snemanju videospota,
- izdelala obesek kot del turističnega produkta,
- izdelovala obeske po naročilu.

Čebelarka Nika Pengal bo:

- sodelovala pri snemanju videospota,
- slaščičarko oskrbovala z medom,
- izvajala apiterapevtske in druge dejavnosti v sodelovanju z našim projektom.

Slaščičarka Nika Svetec bo:

- sodelovala pri snemanju videospota,
- izdelala pralin po naši zamisli,
- izdelovala praline po naročilu strank.

Mizar (sicer oče učenca) bo:

- izdelal police v obliki satja,
- pomagal pri izdelavi apikomore.

### 3.7 KJE BOMO DOBILI MATERIAL?

Med izdelavo in snovanjem našega turistično-kulinaričnega spominka smo se srečevali z različnimi vprašanji in dilemami. Za izdelavo in izvedbo turistično-kulinaričnega spominka smo v prvi vrsti potrebovali finančno pomoč. Prošnje smo naslovili na:

- občino, pri čemer smo se z županjo tudi osebno srečali,
- šolski sklad,
- ravnateljico Mašo Mlinarič,
- naše starše.

Županja je bila nad našim produktom navdušena, vendar pa nam sredstev za sam proces priprave in realizacije izdelka ni mogla zagotoviti. Trenutno čakamo še odgovor za financiranje prevoza.

Šolski sklad nam je velikodušno namenil 800 evrov. Denar bo namenjen izdelavi pralin, financiranju drobnega materiala (silikonski kalup, čaj ameriškega slamnika) ter morebitnih stroškov, ki bodo nastali tekom realizacije turistično-kulinaričnega spominka.

Po naključnem srečanju z g. Alešem Florjančičem, lastnikom kulturnega društva Blunoute, smo ga z našim turistično-kulinaričnim spominkom tako navdušili, da je postal naš glavni investitor. Financiral nam je majice in tisk le-teh, ter »čistilčke«.

Podprli so nas tudi starši (Aleš Božnik - izdelava mizice, Janez Selšek – izdelava polic in pomoč pri apikomori, Gregor Burnik – akrilne barve).

Za izdelavo podstavka bomo kupili posušene cvetove ameriškega slamnika. Cvetni prah nam bo donirala Nika Pengal. Epoksi smolo in slamnato kito bo donirala Ana Cajhen.

### 3.8 DOVOLJENJA

Za izdelavo naše stojnice in apikomore, logotipa, QR kode, spletne strani ter snemanj promocijskega videospota nismo potrebovali dovoljenj. Promocijski videospot smo opremili z avtorsko glasbo, ki nam jo je posredoval avtor sam. Tudi sam turistični produkt je avtorsko delo.

## 4 PREDVIDENI PRIHODKI IN ODHODKI

### 4.1 PRIHODKI IN ODHODKI

| ODHODKI                                           |                                     |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Promocijski čistilčki za mobilni zaslon (100 kom) | brezplačno (donacija Blunout)       |
| Izdelava in material za praline (200 kom)         | 340 EUR                             |
| Embalaža                                          | 0,15 € x 200 = 30 €                 |
| Kartončki z logotipom in QR kodo                  | 0,015 € x 200 = 3 €                 |
| Semena Ameriškega slamnika                        | 2,43 € x 10 = 24,3€                 |
| Filter vrečke za čaj (100 kom)                    | 2,87 € x 2 = 5,74 €                 |
| Čaj ameriški slamnik                              | 12 EUR                              |
| Silikonski kalupi                                 | 15 EUR                              |
| Epoksi smola                                      | brezplačno (donacija Ana Cajhen)    |
| Vrvica in obesek za ključke                       | brezplačno (donacija Ana Cajhen)    |
| Čebelji pridelki                                  | brezplačno (donacija Nika Pengal)   |
| Nakup in tisk majic (10 kom)                      | brezplačno (donacija Blunout)       |
| Izdelava videospota                               | brezplačno                          |
| Lokalni mediji                                    | brezplačno                          |
| Družbena omrežja, spletna stran                   | brezplačno                          |
| Lesene police v obliki satja                      | brezplačno (donacija Janez Selšek)  |
| Podstavek za mizico                               | brezplačno (donacija Aleš Božnik)   |
| Izdelava apikomore                                | brezplačno                          |
| Material za rekvizit                              | brezplačno (donacija Gregor Burnik) |
| SKUPAJ                                            | 430,04 EUR                          |
| PRIHODKI                                          |                                     |
| Šolski sklad (donacija)                           | 800 EUR                             |
| SKUPAJ                                            | 800 EUR                             |
| KONČNI ZNESEK                                     | + 369,96 EUR                        |

Tabela 1: Predvideni prihodki in odhodki

Z določenim datumom in prizoriščem tekmovanja bo znano tudi, kolikšni bodo stroški prevoza.

### 4.2 IZRAČUN CENE NAŠEGA KULINARIČNEGA SPOMINKA

**CENA »BeeTea ali ne biti v Domžalah?«**

| SESTAVINE                                        | STROŠEK                           |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------|
| PRALIN »BeeTea«<br>(sestavine + delo)            | 1,70 €                            |
| PODSTAVEK »BeeTea«<br>(sestavine + epoksi smola) | 2,00 €                            |
| VREČKA                                           | 0,15 €                            |
| KARTONČEK, 97 x 67,7 mm                          | 0,014 €                           |
| TISKANJE LOGOTIPA in QR kode                     | 0,5 €                             |
| SEMENA Ameriškega slamnika                       | 0,24 €                            |
| Bio razgradljiva vrečka za semena                | 0,0287€                           |
| Vrvica                                           | 0,23 €                            |
| Obesek                                           | 0,80 €                            |
| <b>Skupni stroški</b>                            | <b>5,6627 €</b>                   |
| DELO                                             | za izdelek potrebujemo 3 do 5 dni |
| Končna cena izdelka                              | <b>7,00 €</b>                     |

Tabela 2: Izračun cene našega »BeeTea ali ne biti v Domžalah?«

## 5 TRŽENJE IN PROMOCIJA

Menimo, da je po zasnovi in izgledu naš produkt dovolj atraktiven, da z njim lahko obogatimo obstoječo gostinsko in turistično ponudbo v Domžalah in širše.

### 5.1 KAKO GA BOMO PROMOVIRALI IN TRŽILI?

Naša promocija se je pričela že ob samem snovanju ideje in ob izdelovanju turistično-kulinaričnega spominka, saj so ga navdušeno promovirali vsi, ki so nam pomagali pri uresničitvi ideje. Produkt bomo promovirali na tekmovanju TPLG, na šolski prireditvi Adijo šola ter ostalih šolskih prireditvah, nato tudi širše v občini. Našo idejo smo že predstavili gostilni Keber, ki je bila nad njo navdušena. Produkt bi vpeljali v ponudbo in ga ponudili v obliki sladice »BeeTea ali ne biti v Domžalah?«.

Prvo poslovno priložnost bomo izkoristili že na tekmovanju za naj pralino, ki bo potekala na 11. Festivalu čokolade v Radovljici, 20. – 21. 4. 2024.

Naš izdelek bo moč kupiti na različnih lokalnih prireditvah in prireditvah širom Slovenije. Naročiti ga bo možno prek naše spletne strani. Lačen obiskovalec Gostilne Keber ga bo lahko naročil kot sladico s



presenečenjem in trajnostnim pridihom. Promocijski čistilčki za mobilni zaslon s QR kodo, ki oglašujejo naš izdelek, bodo na voljo v Slamnikarskem muzeju, Apiterapevtskem čebelnjaku Domžale, Kulturnem društvu Blunout Domžale in TIC-u Domžale. Cena našega »BeeTea ali ne biti v Domžalah?« bo 7 evrov.

V nadaljevanju predstavljamo načine promocije.

## 5.2 REKLAMNI MATERIALI

### 5.2.1 Promocijski čistilčki za mobilni zaslon

Promocijski čistilčki za mobilni zaslon bodo nadomestili letake, ki običajno romajo v smeti. Na njih bosta naša QR koda in logotip. Obiskovalcem bodo na voljo na samem dogodku, sicer pa jih bo možno naročiti tudi prek naše spletne strani. Za čistilčke smo se odločili, ker so estetski, funkcionalno uporabni, hkrati pa z njimi zadostimo tudi težnji po zmanjšanju emisij CO<sub>2</sub>, saj so zaradi možnosti večkratne uporabe bolj trajnostno naravnani.

### 5.2.2 Majice z logotipom

Oblikovali bomo majico z našim logotipom in dostopom do spletišča. Majica bo črne barve. Na sprednji strani majice bo naslov našega turistično-kulinaričnega spominka »BeeTea ali ne biti v Domžalah?« s QR kodo (dostop do spletišča), na zadnji strani pa logotip. Majico bodo nosili vsi člani turističnega podmladka na turistični tržnici in na vseh pomembnih dogodkih, kjer bomo promovirali naš turistični produkt. Na željo strank, bo majico moč naročiti prek naše spletne strani.

### 5.2.3 Slamniki

Slamniki so prepoznavni znak Domžal in že nekaj časa tudi nas, turističnega podmladka. Nosili jih bomo na turistični tržnici in na vseh drugih prireditvah. V dar smo jih prejeli s strani Slamnikarskega muzeja Domžale, kjer je slamnike možno tudi kupiti, izdeluje pa jih Ana Cajhen.

### 5.2.4 Reklamni pano v obliki apikomore

Odločili smo se, da izdelamo apikomoro, ki bo služila tudi kot reklamni pano, saj bo na njej tudi naš logotip. Apikomoro bomo izdelali iz odpadnega materiala (les, blago). V njej bo uporabnik priča simulaciji apiterapije. Premierno bo apikomora predstavljena na turistični tržnici.

## 5.3 KAKO GA BOMO OGLAŠEVALI?

### 5.2.1 Družbena omrežja

Odločili smo se, da bomo naš produkt promovirali preko družbenega omrežja **Facebook**, z namenom delitve informacij in ustvarjanja reklame. Facebook predstavlja učinkovit način komunikacije s potencialnimi uporabniki. Prek deljenja, komentiranja, všečkanja naših vsebin bo naša promocija najbolj učinkovita. Ustvarili bomo profil z naslovom BeeTea ali ne biti v Domžalah.

### 5.2.2 Radio HIT

Naš produkt bomo predstavili in promovirali tudi na Domžalskem radiu Hit.

### 5.2.3 Spletni portal Domžalec

Aktualne novice in dogodke bomo sproti in ažurno posredovali Miru Pivarju s spletnega portala Domžalec. Naredili bomo reportažo, v kateri bomo predstavili naš produkt vsem bralcem domžalskih novic.

## 6 PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA NA TRŽNICI

Naš turistični produkt – kulinarčni spominek »Bee Tea ali ne biti v Domžalah?« bomo poskušali na tržnici predstaviti na čimbolj privlačen način.

Stojnice ne bomo potrebovali. Prostor bomo zapolnili z apikomoro, mizico iz čebeljega panja ter policami v obliki satja. Predstavitev in ponudba kulinarčnih spominkov bo potekala na mizi v obliki čebeljega panja. Naši turistični spominki bodo ves čas turistične tržnice razstavljeni na policah v obliki satja. Tudi promocijski video se bo vrtel ves čas dogajanja. Obiskovalcem tržnice bomo delili logotip s QR kodo v obliki promocijskega čistilčka za mobilni zaslon. Kot simulacija apiterapije bo služila apikomora. Štirje promotorji bodo promovirali naš turistični spominek in predstavili tudi apikomoro, ostali štirje pa bodo po prizorišču komunicirali z obiskovalci, jim delili »čistilčke« in jih vabili k našemu produktu. Naš prepoznavni znak bodo slamniki, majice z našim logotipom in »čistilčki«.

Pri predstavitvi na turistični tržnici bo sodelovalo osem učencev. Nekateri so tudi avtorji turistične naloge.

## 7 ZAKLJUČEK

»BeaTea ali ne biti v Domžalah« je inovativen in aktualen produkt, ki so ga z odprtimi rokami že sprejeli predstavniki TIC-a Domžale, Slamnikarskega muzeja Domžale, občine, nekaterih gostinskih lokalov ter lastnik kulturnega društva Blunout Aleš Florjančič, ki je tudi večinski donator projekta. Le-ta predstavlja obogatitev njihove ponudbe, promocijo Domžal, s trajnostno noto pa tudi ohranjanje bogate kulturne dediščine slamnikarstva in čebelarstva.

V produkt smo vložili veliko truda in dela, ogromno dela nas še čaka. Menimo, da so cilji, ki smo si jih zastavili, uresničljivi. Odlični odzivi dosedanjih uporabnikov nam predstavljajo veliko motivacijo in zagon tudi za naprej.

## 8 VIRI IN LITERATURA

- Brojan, M. (2012). Slamnata sled Domžal: 300 let slamnikarstva. Domžale: Kulturni dom Franca Bernika
- Štartaj Domžale – Od strasti, poslovne ideje do zmage: Nika Pengal – »Gospodična Medična«, dostopno na: <https://domzalec.si/novice/podjetnistvo/startaj-domzale-od-strasti-poslovne-ideje-do-zmage-nika-pengal-gospodicna-medicna/>, pridobljeno, 11. 10. 2023
- Ne klobuk, ampak slamnik dol!, dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/assets/Dokumenti-PDF/Tiskovine-SI/Okusi-osrednje-slovenije.pdf>, pridobljeno, 11. 10. 2023
- Personal SWOT Analysis; Making the Most of Your Talents and Opportunities, dostopno na: [http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_05\\_1.htm](http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05_1.htm) pridobljeno, 6. 1. 2024
- Pengal, N, Petelin, A. G. (2022). Skrivnosti Gospodične Medične: uporaba čebeljih pridelkov skozi zgodbo iz vsakdanjega življenja. Gabrovka: samozaložila Nika Pengal
- Kako pripraviti čokoladne praline kot jih pripravijo vrhunski mojstri, dostopno na: <https://mojacokolada.si/novice/kako-pripraviti-cokoladne-praline-kot-jih-pripravijo-vrhunski-mojstri>, pridobljeno 28. 11. 2023
- Vse o nakitu iz epoksidne smole, dostopno na: <https://fashion-sl.corexpro.com/podelki-iz-smoly/ob-ukrasheniyah/>, pridobljeno 8. 1. 2024
- Kulinarični in gastronomski spominki v Panonsko termalni Sloveniji , dostopno na: <https://turisticna-zveza.si/novica/rezultati-2-natecaja-za-izbiro-kulinarinih-in-gastronomskih-spominkov-v-panonsko-termalni-sloveniji>, pridobljeno 11. 10. 2023

## 9 PRILOGE

### 9.1 SESTAVINE IN ALERGENI V PRALINI

Sestavine:

bela čokolada (kakavovo maslo, sladkor, polnomastno MLEKO v prahu, emulgator (SOJIN lecitin), naravni ekstrakt vanilije), temna čokolada (kakavova masa, sladkor, kakavovo maslo, emulgator (sončnični lecitin), naravni ekstrakt vanilije), limona, SMETANA, sladkor, glukozno-fruktozni sirup, MASLO, mleti piškoti (GLUTEN, LAKTOZA, SOJA), ameriški slamnik, lipov med, začimbe za medenjake, MANDELJ, pektin, burbonska vanilija, citronska kislina. BARVILA: naravna barvila (koncentrat (žafanika, limona).

Alergeni so v sestavinah navedeni z velikimi tiskanimi črkami.

### 9.2 PROŠNJA ZA SODELOVANJE

Poslano:

Ana Cajhen – Izdelki iz slame

Nika Pengal – Gospodična Medična

Nika Svetec – Bon bon Atelje

Spoštovani!

Smo učenci in učiteljici OŠ Venclja Perka v Domžalah. Znotraj projekta Turizmu pomaga lastna glava imamo nalogo na državnem nivoju. Letošnja tema je Okusni zakladi: Lokalni kulinarični spominek s trajnostnim pridihom. Želimo si spromovirati Domžale in se pohvaliti s kulinaričnim izdelkom, čebelarstvom in slamnikarstvom. Posneti želimo tudi promocijski videospot. Zanima nas, ali bi nam pri tem pomagali.

Najlepša hvala za odgovor.

S spoštovanjem

učenci raziskovalci 4. in 6. razreda z učiteljicama Darjo Hristovski Kandušer in Katjo Erban

## 9.3 PROŠNJA ŠOLSKEMU SKLADU ZA FINANČNO POMOČ

Poslano:

Šolski sklad OŠ Venclja Perka

Domžale, dne 18. 1. 2024

Zadeva: PROŠNJA ZA ODOBRITEV FINANČNIH SREDSTEV

Spodaj podpisani Katja Erban in Darja Hristovski Kandušer, mentorici interesne dejavnosti Raziskujemo naš domači kraj, v šolskem letu 2023/24 prosiva za odobritev finančnih sredstev iz šolskega sklada v vrednosti do 500 €.

Z dosedanjimi turističnimi proizvodi smo na tekmovanju Turizmu pomaga lastna žetve dve leti zapored prejeli zlata priznanja. Tudi šolski sklad smo obogatili z izdatnim izkupičkom, pridobljenim s prostovoljnimi prispevki na šolskih in drugih prireditvah. Tema letošnjega tekmovanja je OKUSNI ZAKLADI: Lokalni kulinarični spominki s trajnostnim pridihom. Za »zagon« produkta potrebujemo pomoč pri nakupu materiala ali dela za izdelavo našega turističnega proizvoda:

- Finančna podpora Bon bon Ateljeja za razvoj in izdelavo pralin.
- Nakup naravnih čajnih vrečk in semen ameriškega slamnika.
- Material za izdelavo stojnice za tržnico (akrilne barve, zavesa, leseni deli).
- Nakup promocijskih čistilčkov za mobilne zaslone.
- Majice za predstavitev (13 kom).
- Prevoz v primeru, da pridemo v drugi krog.

Popis trenutno načrtovanih stroškov je v prilogi.

V upanju, da nam boste finančna sredstva odobrili, se vam iskreno zahvaljujemo.

S spoštovanjem,

Katja Erban

Darja Hristovski Kandušer

## 9.4 PROŠNJA OBČINI ZA FINANČNO POMOČ

Poslano:

Občini Domžale

OŠ Vencija Perka

Ljubljanska cesta 58a

1230 Domžale

Domžale, dne 18. 1. 2024

Zadeva: PROŠNJA ZA ODOBRITEV FINANČNIH SREDSTEV

Smo učenci in učiteljici OŠ Vencija Perka v Domžalah. Znotraj projekta Turizmu pomaga lastna glava imamo nalogo na državnem nivoju. Tema letošnjega tekmovanja je OKUSNI ZAKLADI: Lokalni kulinarični spominki s trajnostnim pridihom. Z dosedanjimi turističnimi proizvodi smo na tekmovanju Turizmu pomaga lastna že dve leti zapored prejeli zlata priznanja.

Za »zagon« produkta potrebujemo pomoč pri nakupu materiala ali dela za izdelavo našega turističnega proizvoda:

- Finančna podpora Bon bon Ateljeja za razvoj in izdelavo pralin.
- Nakup naravnih čajnih vrečk in semen ameriškega slamnika.
- Material za izdelavo stojnice za tržnico (akrilne barve, zavesa, leseni deli).
- Nakup promocijskih čistilčkov za mobilne zaslone.
- Majice za predstavitve (13 kom).
- Prevoz v primeru, da pridemo v drugi krog.

Popis trenutno načrtovanih stroškov je v prilogi.

V upanju, da nam boste finančna sredstva odobrili, se vam iskreno zahvaljujem.

S spoštovanjem,

učenci z mentoricama Katjo Erban in Darjo Hristovski Kandušer