



Mestna občina
Ljubljana

Župan

Mestni trg 1, 1000 Ljubljana

t: 01 306 10 10

tajnistvo.zupana@ljubljana.si, www.ljubljana.si

Številka: 6101-8/2025-30

Datum: 19. 8. 2026

Mestna občina Ljubljana
Mestni svet

ZADEVA: Predlog za obravnavo na seji Mestnega sveta Mestne občine Ljubljana

PRIPRAVIL: Mestna uprava Mestne občine Ljubljana,
Oddelek za kulturo

**ZUNANJI
STROKOVNJAK:** /

NASLOV: Predlog Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031

POROČEVALKI: mag. Mateja Demšič, vodja Oddelka za kulturo
Mateja Avbelj Valentan, direktorica JZ Ljubljanski grad

**PRISTOJNO
DELOVNO TELO:** Odbor za kulturo in raziskovalno dejavnost

PREDLOG SKLEPA:

Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejme predlog Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031.

Župan
Mestne občine Ljubljana
Zoran Janković

Prilogi:

- predlog sklepa z obrazložitvijo
- Strategija razvoja javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031

Na podlagi četrtega odstavka 35. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 – uradno prečiščeno besedilo, 56/08, 4/10, 20/11, 111/13, 68/16, 61/17, 21/18 – ZNOrg, 3/22 – ZDeb, 105/22 – ZZNSPP, 8/25 in 77/25), 27. člena Statuta Mestne občine Ljubljana (Uradni list RS, št. 31/21 – uradno prečiščeno besedilo) in drugega odstavka 1. člena Sklepa o ustanovitvi javnega zavoda Ljubljanski grad (Uradni list RS, št. 105/10, 50/16, 6/17, 9/18, 58/21, 34/23 in 100/23) je Mestni svet Mestne občine Ljubljana na seji sprejel

S K L E P

o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031

I.

Mestni svet Mestne občine Ljubljana daje pozitivno predhodno mnenje k Strateškemu načrtu javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031.

II.

Ta sklep začne veljati z dnem, ko ga sprejme Mestni svet Mestne občine Ljubljana.

Številka: 6101-8/2025-
Ljubljana, ...

Župan
Mestne občine Ljubljana
Zoran Janković

Obrazložitev

Predloga Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031

1. Pravni temelj

Pravni temelji za sprejem predloga Sklepa o pozitivnem predhodnem mnenju k Strateškemu načrtu javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031 so:

- 35. člen Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 – uradno prečiščeno besedilo, 56/08, 4/10, 20/11, 111/13, 68/16, 61/17, 21/18 – ZNOrg, 3/22 – ZDeb, 105/22 – ZZNSPP, 8/25 in 77/25), ki v četrtem odstavku med drugim določa, da je treba k strateškemu načrtu zavoda pridobiti predhodno mnenje ustanovitelja in večinskega financerja javnega zavoda;
- 27. člen Statuta Mestne občine Ljubljana (Uradni list RS, št. 31/21 – uradno prečiščeno besedilo), ki določa, da mestni svet izvaja ustanoviteljske pravice do zavodov, če z zakonom, statutom ali drugim aktom mestnega sveta ni drugače določeno glede izvrševanja določenih ustanoviteljskih pravic;
- 1. člen Sklepa o ustanovitvi javnega zavoda Ljubljanski grad (Uradni list RS, št. 105/10, 50/16, 6/17, 9/18, 58/21, 34/23 in 100/23), ki v drugem odstavku določa, da ustanoviteljske pravice in obveznosti izvaja Mestni svet Mestne občine Ljubljana, če ni glede izvrševanja določenih ustanoviteljskih pravic z zakonom, statutom Mestne občine Ljubljana ali s tem sklepom določeno drugače.

2. Razlogi in cilji, zaradi katerih je akt potreben, ter ocena stanja

Mestni svet Mestne občine Ljubljana je 20. 12. 2010 sprejel Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Ljubljanski grad.

Določba 35. člen Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo določa, da strateški načrt sprejema direktor, da soglasje k strateškemu načrtu daje svet zavoda ter da je k strateškemu načrtu treba pridobiti predhodno mnenje ustanovitelja in večinskega financerja javnega zavoda. Glede strateškega načrta določa, da se sprejme za obdobje petih let, pri čemer lahko vsebuje tudi dolgoročne usmeritve, ki presegajo to obdobje, ter da strateški načrt javnega zavoda obsega programske usmeritve in predviden obseg programa, organizacijske usmeritve, opredelitev investicij in investicijskega vzdrževanja ter podlage za kadrovske načrte, ki vključujejo tudi predvidene zunanje sodelavce.

Na podlagi tega člena je zakonska obveznost Mestne občine Ljubljana kot ustanoviteljice javnega zavoda Ljubljanski grad, da poda svoje predhodno mnenje k strateškemu načrtu javnega zavoda.

Strateški načrt javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031 je pripravljen v skladu s strateškimi cilji Mestne občine Ljubljana. Že v fazi priprave je dokument usklajen z Oddelkom za kulturo Mestne uprave Mestne občine Ljubljana, ki podpira vizijo razvoja in delovanja javnega zavoda v naslednjih petih letih.

Strateški načrt javnega zavoda Ljubljanski grad predstavlja razvojni okvir za nadaljnjo krepitev vloge Ljubljanskega gradu kot osrednje kulturne, turistične in družabne znamenitosti Ljubljane in Slovenije. Zavod se je od ustanovitve uveljavil kot sodobno upravljana institucija, ki svoje delovanje gradi na bogati kulturni dediščini, njenem ohranjanju, strokovni interpretaciji ter nadgrajevanju z inovativnimi vsebinami in sodobnimi tehnološkimi rešitvami.

Strateški cilji vključujejo utrditev Ljubljanskega gradu kot referenčnega primera upravljanja kulturne dediščine v evropskem prostoru, razvoj novih razstavnih in kulturnih vsebin, krepitev sodelovanja z domačimi in mednarodnimi partnerji ter ohranjanje položaja najbolj obiskane slovenske turistične znamenitosti z izboljševanjem kakovosti storitev, razvojem personaliziranih doživetij, učinkovitim upravljanjem obiskovalskih tokov in uvajanjem digitalnih rešitev. Med ključnimi razvojnimi usmeritvami sta trajnostni razvoj in digitalna preobrazba, pomembna pozornost pa je namenjena tudi razvoju zaposlenih ter krepitevi organizacijske kulture.

Ljubljanski grad bo tudi v prihodnjem strateškem obdobju deloval kot dostopen, vključujoč in odprt javni zavod. S celovitim povezovanjem kulture, turizma, trajnostnega razvoja, digitalizacije in gospodarske učinkovitosti bo utrjeval svoj položaj prepoznavne evropske kulturno-turistične destinacije ter hkrati ostajal pomemben javni prostor in prostor srečevanja za prebivalce Ljubljane.

3. Poglavitna rešitev

Poglavitna rešitev predlaganega sklepa je izdaja pozitivnega predhodnega mnenja Mestne občine Ljubljana kot ustanoviteljice, s čimer bo omogočen nadaljnji postopek sprejemanja Strateškega načrta javnega zavoda Ljubljanski grad za obdobje 2027-2031.

4. Ocena finančnih posledic

Del dejavnosti javnega zavoda Ljubljanski grad sofinancira Mestna občina Ljubljana, ki sredstva za financiranje zagotavlja v proračunu Mestne občine Ljubljana za tekoče leto. Preostali del sredstev za izvajanje dejavnosti zavod pridobiva na trgu.

Sprejetje predlaganega sklepa nima dodatnih finančnih posledic za Mestno občino Ljubljana.

Pripravila:
Urška Pleše Berishaj
višja svetovalka



mag. Mateja Demšič
sekretarka – vodja oddelka

Strategija razvoja

javnega zavoda
Ljubljanski grad
za obdobje 2027–2031



**En grad,
mnogo doživetij.**

Kazalo

01	Uvod	7
	1.1 Predstavitev zavoda	8
	1.2 Organizacijska struktura	10
	1.3 Vodstvo in organi zavoda	11
	1.4 Pravna podlaga	13
02	Pregled dosežkov v obdobju 2022–2026	15
03	Analiza SWOT	19



Vrednote in splošni cilji

23

- 4.1 Vrednote 24
- 4.2 Splošni cilji 25



Strateški cilji

27

- 5.1 Kulturna dediščina in kulturno-umetniški program 28
- 5.2 Turistična dejavnost 35
- 5.3 Industrija srečanj 41
- 5.4 Protokolarni dogodki in poročni obredi 45
- 5.5 Namestitvena dejavnost 47
- 5.6 Javni prevoz potnikov s tirno vzpenjačo in trajnostna dostopnost 50
- 5.7 Komunikacija 52
- 5.8 Grajska trgovina Friderik 56
- 5.9 Blagovna znamka Izbrani grajski užitki in Grajska vinska zgodba 59
- 5.10 Digitalizacija 61
- 5.11 Investicije 63
- 5.12 Obratovanje in tekoče vzdrževanje 64
- 5.13 Investicijsko vzdrževanje 65
- 5.14 Upravljanje in razvoj človeških virov 66
- 5.15 Poslovno-finančna dejavnost 69







Uvod



1.1 Predstavitev zavoda

Ljubljanski grad je mogočna trdnjava, mestni simbol, zelena oaza nad mestom, prostor raznovrstnih kulturnih doživetij ter nepozabnih srečanj, mesto izbranih grajskih užitkov – kulinaričnih in tistih, povezanih z grajsko vinsko zgodbo. Na grad vodijo urejene pešpoti, nanj se je mogoče povzpeti s tirno vzpenjačo ... Ljubljanski grad predstavlja bogato kulturno dediščino, iz katere črpamo zgodbe, ki predstavljajo temelj vsebinam za grajskimi zidovi.

Javni zavod Ljubljanski grad, ki upravlja to prepoznavno veduto glavnega mesta, leta **2026 praznuje 15-letnico delovanja**. Ob tem, da se Ljubljanski grad že več kot petsto let ponosno dviga nad mestom, je to kratko obdobje, po drugi strani pa nadvse pomembno, saj sta zdaj zaključeni obnova in revitalizacija Ljubljanskega gradu, grad pa je postal najbolj obiskana turistična točka v državi.

Uvodoma želimo predstaviti nekaj ključnih poudarkov delovanja zadnjih petnajstih let, ki so temelj za pripravo nove strategije za naslednje obdobje 2027–2031.

Kot javni zavod s področja kulture smo v tem času organizirali skoraj **800 koncertov**, več kot **250 razstav** likovnih in drugih umetnikov ter v zadnjih letih izvedli več kot **150 ponovitev različnih predstav in zgodb**, povezanih z grajskim zmajem in podgano Friderik. Pod razpetim filmskim platnom – v okviru Filma pod zvezdami – smo skupaj s Kinodvorom pozdravili skoraj 200.000 ljubiteljev sedme umetnosti. Vsem naštetim prireditvam, nekaj več kot **2.200 prireditvam drugih organizatorjev** in več kot **4.700 poročnim obredom** smo zagotovili kakovostno tehnično podporo. Na treh osrednjih stalnih razstavah – Slovenska zgodovina, Virtualni grad in Lutkovni muzej – smo sprejeli **več kot tri milijone obiskovalcev**. Več kot 150.000 naših gostov se je udeležilo raznolikih vodenih ogledov.

V petnajstih letih delovanja Javnega zavoda Ljubljanski

grad smo obnovili skoraj 15.000 m² površin, s prenovo zadnje večnamenske dvorane Kazemate v začetku leta 2024 pa smo zaključili revitalizacijo grajskega kompleksa. Tako so obnovljene prav vse dvorane in prostori v več nadstropjih (Palacij, Stanovska in Hribarjeva dvorana, Skalna dvorana, Bela in Modra dvorana, Friderikov stolp, stolp Strelcev, Erazmov stolp, Zmajev brlog, Grajska trgovina ...). Ob stalni razstavi Slovenska zgodovina, ki bo v prihodnjem letu vsebinsko prenovljena, smo skozi leta razvili še vrsto drugih vsebin, med njimi Lutkovni muzej, Kaznilnico, Grajsko orožje, Virtualni grad in prostorske projekcije v Kazematah. V obnovljenih prostorih sta ob dotedanji ponudbi Gostilne na Gradu in Grajske kavarne svoje mesto dobili še restavracija Strelec in Grajska vinoteka. Z zasaditvijo Grajskega vinograda smo turistično ponudbo obogatili s produkti, povezanimi z grajsko kulinariko in grajsko vinsko zgodbo.

Pomembno vlogo pri delovanju zavoda ima **tirna vzpenjača**, saj povezuje staro mestno jedro in grad. Ob ustanovitvi zavoda – po petih letih njenega delovanja – smo jo prevzeli v upravljanje; konec tega leta bo tako vzpenjača zaokrožila že **dvajset let nemotene delovanja**. Zasluge za to gredo na prvem mestu vestnemu vzdrževanju naprave, kar zagotavlja varen prevoz potnikov.

Smo prejemniki številnih **nagrad in priznanj**. Med drugim smo prejeli najvišja priznanja s področja turizma in industrije srečanj (kristalni triglav, sejalec, kongresna zvezda), nagrade s področja grafičnega oblikovanja (zlata nagrada za oblikovanje in srebrna nagrada za upravljanje znamke) ter priznanja za digitalne projekte (Netko, WEBSI).

Tudi grajski arhitekti so za prenovo gradu, posameznih dvoran in tirne vzpenjače prejeli številna domača in mednarodna priznanja (Plečnikova medalja, zlata medalja za najboljši dosežek industrijskega oblikovanja, nagrada



glavnega mesta Ljubljana, srednjeevropska nagrada Jožeta Plečnika, patinasti svinčnik ...).

Vključeni smo v **Zeleno shemo slovenskega turizma** in smo nosilci mednarodnega okoljskega **znaka zeleni ključ**.

Področje delovanja javnega zavoda smo razširili na še eno dejavnost, tj. **namestitveno**: leta 2018 sta nam bila zaupana prenova in upravljanje najbolj kultnega hostla v mestu – **Hostla Celica**, ki letno ustvari približno 25.000 nočitev, leta 2023 pa še dveh **studiev v objektu Na Stolbi** ob trasi tirne vzpenjače.

Naša vsakodnevna skrb velja urejenosti prostorov, notranjih in zunanjih površin na Ljubljanskem gradu, v Hostlu Celica, Grajskem vinogradu ter Na Stolbi. Upravljamo tudi s parkiriščem v Grajskem parku.

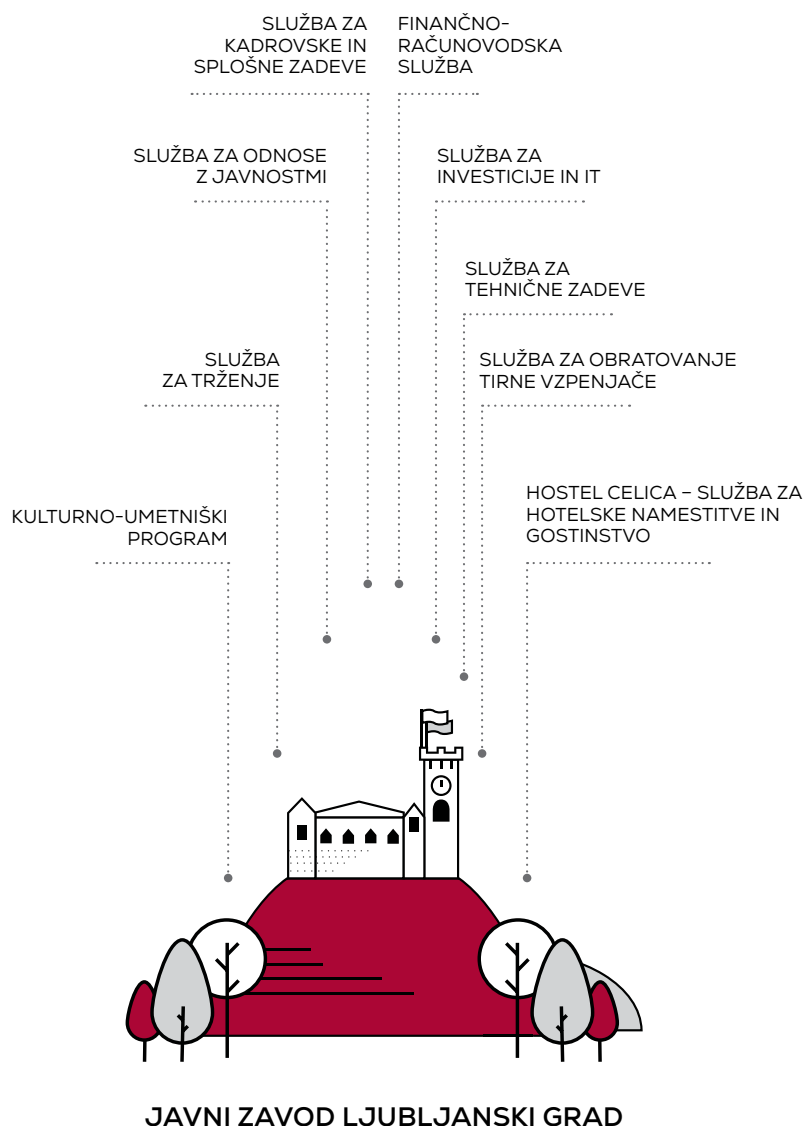
Prepoznavnost blagovnih znamk Ljubljanski grad in Hostel Celica nenehno krepimo doma in v tujini z oglaševanjem ter premišljenim komuniciranjem. Upravljamo dve spletni strani in deset profilov na družbenih omrežjih.

Od začetnih 26 sodelavcev sta se grajska ekipa in ekipa Hostla Celica, ki delujeta vse dni v letu, povečali na sedanjih 83. Z začetnih dobrih dveh milijonov letnega proračuna smo zrasli na dobrih deset milijonov, poudariti je treba, da **več kot 80 odstotkov naših prihodkov ustvarimo na trgu**.

1.2 Organizacijska struktura

Notranja organizacija dela omogoča izvajanje dejavnosti, ki jih zavod opravlja kot javno službo, in drugih dejavnosti, ki so določene s Sklepom o ustanovitvi ter urejene s Pravilnikom o notranji organizaciji dela in sistemizaciji delovnih mest.

V zavodu so organizirane naslednje notranje organizacijske enote:



1.3 Vodstvo in organi zavoda

Direktorica Javnega zavoda Ljubljanski grad je Mateja Avbelj Valentan, ki to delo opravlja že tretji mandat. Direktorica zavod zastopa, ga predstavlja in vodi ter je odgovorna za njegovo zakonito in strokovno delo.

V skladu z 8. členom Sklepa o ustanovitvi Javnega zavoda Ljubljanski grad sta poleg direktorja organa zavoda še:

- svet zavoda in
- strokovni svet.

Svet zavoda sestavlja pet članov. Štiri člane imenuje ustanovitelj izmed strokovnjakov s področja dela zavoda, financ in pravnih zadev, enega pa izvolijo zaposleni kot svojega predstavnika.

Strokovni svet zavoda sestavlja šest članov, in sicer dva, ki ju izvolijo delavci izmed vseh zaposlenih v zavodu, po enega člana pa imenujejo naslednji predlagatelji: Muzej in galerije mesta Ljubljane, javni zavod Turizem Ljubljana, Kulturniška zbornica Slovenije in Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije.





1.4 Pravna podlaga

Delovanje Javnega zavoda Ljubljanski grad bistveno opredeljujejo naslednje pravne podlage in splošni akti:

- Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Ljubljanski grad (Ur. l. RS, št. 105/10 in naslednji);
- Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Ur. l. RS, št. 100/11 in naslednji);
- druga zakonodaja s področja javnega sektorja, delovanja javnih zavodov in delovnopravna zakonodaja;
- notranji akti zavoda, s katerimi so urejeni način uresničevanja pravic, obveznosti in odgovornosti delavcev, notranja organizacija in druga vprašanja, pomembna za delovanje zavoda.

Strateške podlage in usmeritve pa javni zavod prepozna tudi v naslednjih podlagah:

- Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2024–2027;
- Resolucija o nacionalnem programu za kulturo 2024–2031 (Ur. l. RS, št. 61/24);
- Strategija razvoja Slovenije 2030 (159. redna seja Vlade RS z dne 7. 12. 2017);
- Strategija slovenskega turizma 2022–2028, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo RS.





RO

**Pregled
dosežkov v
obdobju
2022–2026**



Iztekajočo se strategijo Javnega zavoda Ljubljanski grad za strateško obdobje 2022–2026 smo pripravljali v obdobju, ko je sredi marca 2020 zastal praktično ves svet. Soočeni smo bili z epidemijo koronavirusa, ki je povsem ohromila našo celotno dejavnost, hkrati pa nas postavila pred nove izzive. Pri takratnem snovanju strategije smo izhajali iz zavedanja, da smo v zadnjih desetih letih prav usmerili svoja prizadevanja in da bomo na zgrajeni osnovi lahko delali in se razvijali tudi v prihodnje. Čeprav smo bili leta 2021 še močno v primežu epidemije, pa so bile številke ob koncu leta že nekoliko bolj spodbudne, zato smo v novo desetletje delovanja Javnega zavoda Ljubljanski grad stopili optimistično.



Pregled ključnih dosežkov zadnjega strateškega obdobja se nanaša na vsa področja delovanja javnega zavoda. Na investicijskem področju je Mestna občina Ljubljana dokončala izgradnjo nove stavbe Na Stolbi in objekt predala v upravljanje Javnemu zavodu Ljubljanski grad za potrebe upravnih prostorov. Dokončali smo obnovo strehe nad celotnim traktom M in zamenjali stopnice, ki vodijo na Razgledno teraso. Sanirali smo parkirne površine pred Ljubljanskim gradom in uredili plačljivi sistem parkiranja. Dokončali smo obnovo Kazemat, tj. novo večnamensko dvorano za izvajanje kulturnih in drugih dogodkov. V tem času je bila dokončana celovita prenova Gostilne na Gradu. Vsebinsko in tehnično smo posodobili Virtualni grad, zaključili prenovu vstopnega mostu ter obnovili in sanirali dovozne poti na Grajsko dvorišče. Začeli smo projekt Obnova in dokončanje Bastije.

Na področju izvajanja kulturno-umetniških vsebin v obdobju 2022–2026 sledimo načrtovanim programom, med katerimi velja omeniti: pogosto razprodane koncertne večere v Jazz Clubu Ljubljanski grad, odmevne osrednje poletne razstave, umestitev prve razstave v zadnji obnovljeni prostor – Kazemate ter nadaljnjih novosti v slovenskem prostoru – umestitve prostorskih projekcij v to dvorano, premierne izvedbe lastnih lutkovnih predstav za otroke, obeležitev desete obletnice delovanja Lutkovnega muzeja, uspešne izvedbe priljubljenih dogodkov na prostem (Filma pod zvezdami, ki ga izvajamo s Kinodvorom, Grajskih dni, ko obeležujemo obletnice, ko je grad postal mestna last, poletnega cikla koncertov Celica Špila na vrtu hostla ...).

Izvajanje turistične dejavnosti nam konec leta 2022 – po dveh letih upada obiska zaradi epidemije – znova prinese več kot milijon obiskovalcev letno. Nadalje v tem obdobju ponudbo razširimo z nekaterimi produkti, kot so: Kulinarični časovni stroj, Mestni oddih med grajskimi zidovi in trtami,

Piknik med grajskimi trtami, Odreši čarovnico. Izdamo nov turistični vodnik za otroke ter Friderikovo slikanico. Obeležimo desetletnico našega najbolj priljubljenega in obiskanega doživljajskega vodenega ogleda Časovni stroj; za produkt Kulinarični časovni stroj pa prejmemo najvišje priznanje v slovenskem turizmu – nagrado sejalec.

Tirna vzpenjača je med letoma 2022–2026 dosegla nekaj mejnikov, in sicer: nov dnevni rekord v številu prepeljanih potnikov – 3.685 v enem dnevu; več kot 600.000 prepeljanih potnikov v enem letu ter skupno sedem milijontega prepeljanega potnika od začetka obratovanja vzpenjače. Trajnostne načine prihoda na grad smo ob velikih dogodkih (ob vzpenjači) nadgradili še z uporabo avtobusov na metan.

Na podlagi dobrih izkušenj z izvajanjem namestitvene dejavnosti v Hostlu Celica smo v upravljanje dobili še dva štirizvezdična studia v zgornjem nadstropju objekta Na Stolbi. Hostel Celica je v tem času praznoval 20-letnico delovanja, postal član združenja znamenitih evropskih hostlov (Europe's Famous Hostels) ter po mnenju popotnikov Hostelworlda zmagovalec odličnosti za Slovenijo.

Pod blagovno znamko Izbrani grajski užitki smo izvajali in nadgrajevali dogodke in aktivnosti, povezane z grajsko kulinariko in grajsko vinsko zgodbo ter vinogradom. Prizadevanja za prepoznavnost in pomembnost ohranjanja zgodovinske in krajinske dediščine Grajskega vinograda so opazili tudi zunaj naših meja; ob deseti obletnici Grajskega vinograda, ki ga obeležujemo letos, smo bili sprejeti v Mednarodno združenje mestnih vinogradov.





AnalizaSWOT





PREDNOSTI

(notranje pozitivne značilnosti, ki omogočajo prednost):

- izjemna in prepoznavna lokacija z visoko turistično, kulturno in zgodovinsko vrednostjo ter edinstvenimi prireditvenimi prostori,
- zgledno obnovljena nepremična kulturna dediščina,
- bližina zelenih površin,
- raznolika in kakovostna ponudba,
- visoka raven zaupanja in ugleda med obiskovalci in strokovno javnostjo,
- edinstvena identiteta zavoda,
- izkušena, strokovna in zavzeta ekipa,
- preplet kulture, zgodovine in doživetij ustvarja edinstveno uporabniško izkušnjo.



SLABOSTI

(notranji dejavniki, ki javni zavod lahko postavljajo v slabši položaj):

- otežkočeno pridobivanje novih kadrov,
- (pre)širok spekter dejavnosti zavoda in posledično nejasna podoba v javnosti,
- omejena dostopnost in logistika,
- prostorske in organizacijske omejitve,
- odvisnost od študentskega dela in zunanjih sodelavcev,
- preobremenjenost lokacije v visoki sezoni,
- kadrovska tveganja (odhodi zaposlenih, težave pri zaposlovanju in razvoju kompetenc, izgorelost),
- tveganja za varnost in odgovornost (morebitne nesreče in pravna odgovornost).



PRILOŽNOSTI

(zunanji dejavniki, ki jih lahko izkoristimo)

- večje mednarodno mreženje, sodelovanja in koprodukcije,
- izkoristek vseh funkcionalnosti Ljubljanskega gradu in Grajskega griča,
- digitalizacija delovnih in poslovnih procesov,
- velik nabor dejavnosti iz različnih področij, ki vabijo k obisku in zaposlitvi,
- infrastrukturne izboljšave (Grajski grič, problematika s parkiranjem),
- dostop do dodatnih finančnih sredstev (EU-sredstva, sponzorstva ...).

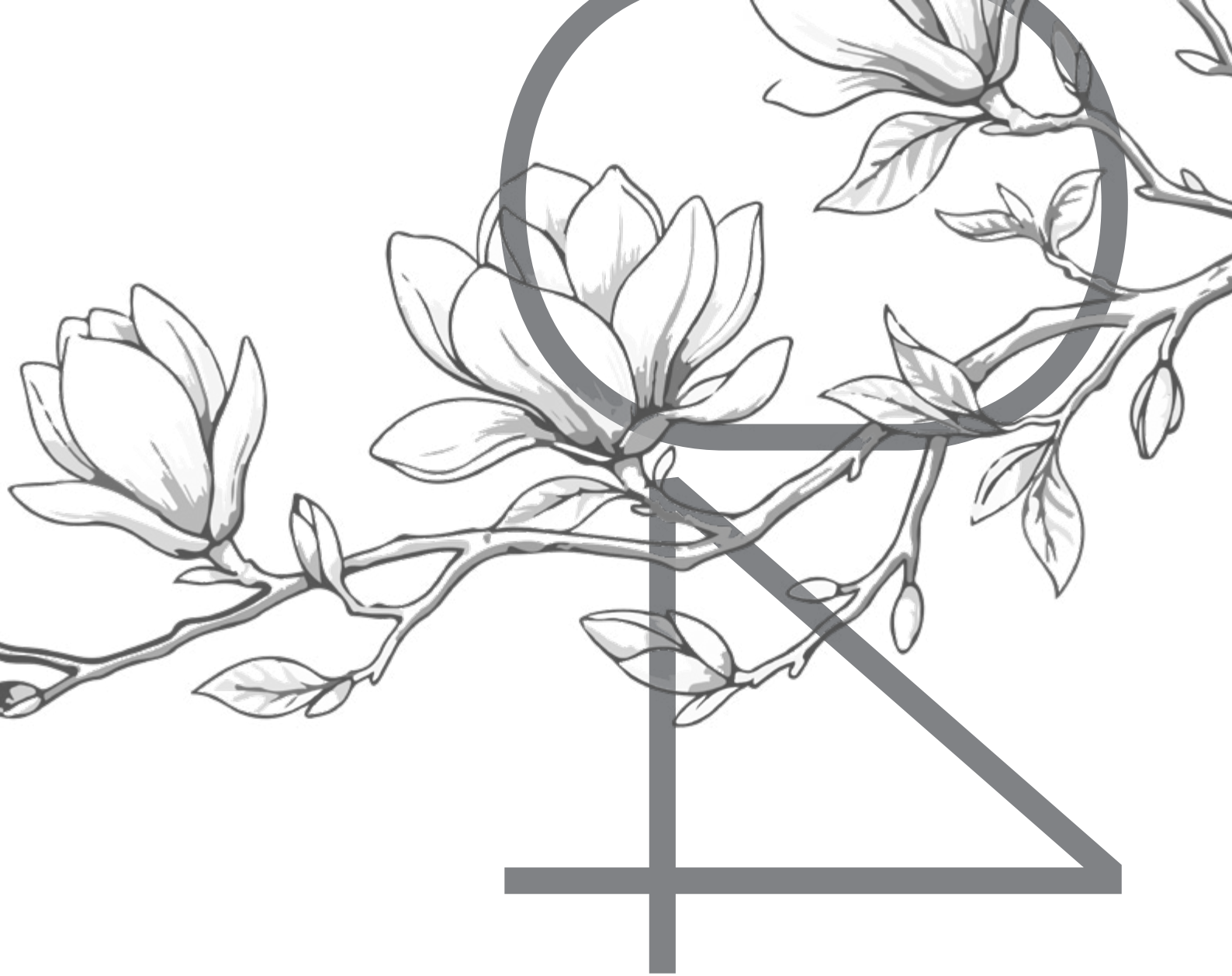


NEVARNOSTI

(zunanji dejavniki, ki lahko povzročijo tveganja):

- negativen vpliv geopolitičnih in globalnih zdravstvenih kriz na turistične tokove,
- množični turizem in prenasičenost v vrhuncih sezone,
- vremenski ekstremi in podnebne spremembe, ki vplivajo na dejavnost,
- regulativne in birokratske omejitve,
- prevelika komercializacija dejavnosti in izguba avtentičnosti,
- povečana konkurenca in prenasičenost dogodkov v mestu in regiji,
- povečanje obsega dela brez ustreznih virov.





Vrednote in splošni cilji



4.1 Vrednote

- skrb za kulturno in naravno dediščino,
- zadovoljstvo uporabnikov in visoka raven storitev,
- spoštovanje različnosti,
- odgovornost do družbe in okolja,
- urejenost in dostopnost,
- prenos znanj, izkušenj in dobrih praks.





4.2 Splošni cilji

- Razvoj kakovostnih, raznolikih in strokovno podprtih vsebin ter storitev na področju kulture, turizma, nastanitev, kulinarike in industrije srečanj, ki bodisi temeljijo na zgledno obnovljeni in interpretirani kulturni dediščini bodisi je dodana vrednost kulturna dediščina sama.
- Vzpostavitev vseh funkcionalnosti Ljubljanskega gradu in Grajskega griča, da bi ju povezali v urejeno, dostopno, trajnostno in energetske neodvisno celoto, pri čemer je ključna izvedba projekta »Celostna ureditev grajskega griča« (CUGG).
- Implementacija digitalizacije, tehnologije in umetne inteligence v predstavitve vsebin (z namenom doseganja interaktivnosti in prepoznavnosti) ter v delovne procese (z namenom, da se prihranek časa iz tega naslova usmeri v osebni stik s končnimi uporabniki).
- Sistematična nadgradnja namestitvene dejavnosti v Hostlu Celica in v Studiih na Stolbi, pri čemer sta glavni vodili trajnost ter osebni pristop.
- Grajska vinska zgodba v povezavi s kulinariko ter v sodelovanju z najemniki gostinskih lokalov postane eden izmed stebrov dejavnosti zavoda (poleg turizma, kulture, industrije srečanj in nastanitvene dejavnosti), pri čemer je poudarek na samooskrbi in lokalnem.
- Ohranjanje in grajenje strokovne, medsebojno povezane in predane ekipe, katere zadovoljstvo bo odsevalo v delovnih rezultatih in ciljih zavoda, ter krepitev organizacijske kulture z aktivnim vključevanjem zaposlenih v sooblikovanje ciljev, s spodbujanjem medgeneracijske predaje znanj in veščin in inovativnimi pristopi v zdravem delovnem okolju.
- Zagotavljati dostopen, vključujoč in prijazen Ljubljanski grad in Hostel Celico za vse obiskovalce, uporabnike in sodelavce, ne glede na njihove okoliščine, ter z ustreznim razvojem, vzdrževanjem in upravljanjem različnih možnosti dostopov na grad krepiti fizično povezavo med gradom in mestom.





**Strateški
cilji**



5.1 Kulturna dediščina in kulturno-umetniški program

Cilj 1:

Ljubljanski grad kot ena vodilnih točk kulturne dediščine v Ljubljani in Sloveniji strokovno, dostopno in sodobno predstavlja snovno in nesnovno kulturno dediščino ter kot taka krepi svojo prepoznavnost v evropskem prostoru.

UKREPI:

1. Priprava nove stalne razstave v letu 2027 na temo zgodovinskega in arhitekturnega razvoja Ljubljanskega gradu, ki bo z inovativnimi pristopi na poljuden način opravljala razlagalno vlogo in obiskovalce usmerjala na nadaljnje raziskovanje Ljubljanskega gradu.
2. S pomočjo nove stalne razstave z različnimi digitalnimi orodji dodatno popularizirati in razložiti arhitekturno in zgodovinsko pomembne elemente gradu (obrambni hodnik, zunanji vodnjak, peterkotni stolp, plemiška ječa, bastija ...).
3. Sistematična priprava programskih projektov (razstave, predavanja, delavnice, vodeni ogledi) in turističnih produktov z namenom poglobljene predstavitve kulturne dediščine, katere skrbnik je zavod, za doseganje in ozaveščanje lokalnega prebivalstva.
4. Stalno izobraževanje in evalvacija zaposlenih, informatorjev, vodnikov in animatorjev za zagotavljanje visokega standarda interpretacije in predstavljanja kulturne dediščine.
5. Strateško povezovanje z namenom izmenjave znanj in praks ter izvedba vsaj enega projekta v konzorciju mednarodnih partnerjev na temo kulturne dediščine v naslednjem strateškem obdobju, financiranega in iz naslova razpisov Evropske unije.
6. Koordinacija priprave in izdaje strokovne publikacije, ki bo Ljubljanski grad celostno in strokovno obravnavala

in predstavila z vidika zgodovine, arheologije, konservatorstva ter arhitekture.

7. Dosledno upoštevanje strokovnih konservatorskih usmeritev pri vseh prihodnjih investicijah in pri izvedbi investicijskega vzdrževanja.
8. Uvedba sistema za upravljanje pretoka obiskovalcev z namenom ohranjanja kakovostne izkušnje obiska in preprečevanja gneče na posameznih točkah v visoki sezoni.
9. Smiselna umestitev dodatnih vsebin v trenutno delno izkoriščene prostore, kot so lapidariji, ter na območje Grajskega griča z namenom boljše razporeditve obiskovalcev.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Ljubljanski grad bo z odgovornim upravljanjem, sodobno interpretacijo in kakovostno predstavitevijo kulturne dediščine v širšem evropskem prostoru krepil sloves referenčnega primera celostnega upravljanja objekta kulturne dediščine.
- Med lokalnim prebivalstvom se bo okreplil občutek pripadnosti gradu in njegovi zgodovini.
- Z umestitvijo dodatnih vsebin na Grajski grič ter v ostale razpoložljive grajske prostore se bo turistični obisk bolj enakomerno razporedil.
- Uporaba digitalnih orodij bo povečala dostopnost, razumljivost in privlačnost vsebin kulturne dediščine, obiskovalci bodo posledično deležni kakovostnejše, bolj poglobljene in sodobnejše izkušnje.
- S prepoznavanjem vrednosti Ljubljanskega gradu v strokovnih krogih, tudi zunaj Slovenije, se bo okreplil ugled zavoda kot kakovostnega, inovativnega ter mednarodno pomembnega kulturno-turističnega središča, kar bo pripomoglo k večji prepoznavnosti dobrih praks ter k lažjemu povezovanju s sorodnimi institucijami tudi v mednarodnem prostoru.



Cilj 2:

Ljubljanski grad utrjuje vlogo prepoznavnega izobraževalnega in strokovnega središča, ki skozi izobraževalne programe, doživetja in dobre prakse delovanja skrbi za razvoj občinstva in krepi pozitiven odnos do kulturne dediščine in preteklosti.

UKREPI:

1. Nadgradnja obstoječih in priprava novih pedagoških programov za vse starostne skupine vzgojno-izobraževalnega procesa v skladu s principi sodobne muzejske pedagogike.
2. Promocija kulturne dediščine s pripravo programov, namenjenih različnim starostnim skupinam, ki temeljijo na izkustvu in doživetju.
3. Načrtna priprava izobraževalnih vsebin, ki bodo na dolgi rok skrbele za razvoj občinstva v lokalnem okolju in ozaveščanje lokalnega prebivalstva o gradu, ki ni samo turistična znamenitost, temveč je predvsem prostor izkustva in doživetij za meščane.
4. Nadaljnji razvoj lastnega t. i. Friderikovega gledališča, ki bo najmlajšim na prilagojen način omogočil prvi stik s programi Ljubljanskega gradu.
5. Redno strokovno usposabljanje in izobraževanje zaposlenih v kolektivu, ki se primarno ukvarjajo s pripravo izobraževalnih programov in prek njih s promocijo kulturne dediščine.
6. Mreženje s sorodnimi institucijami z namenom izvedbe celostnih vzgojno-izobraževalnih projektov na temo vsebin, ki so povezovalne na ravni mesta.
7. Ohraniti pripravljenost predstavljanja dobrih praks upravljanja in prezentacije kulturne dediščine, priprave turističnih produktov in organizacije kulturno-

umetniškega programa zainteresirani domači in tuji strokovni javnosti.

8. Nadaljnje sodelovanje z Lutkovnim gledališčem Ljubljana pri pripravi in izvedbi pedagoških in ostalih priložnostnih programov v povezavi z Lutkovnim muzejem.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Ljubljanski grad bo svoje občinstvo razvijal že od najzgodnejših let ter ga s prepoznavanjem potreb in pripravo starostno prilagojenih programov dolgoročno spremljal skozi različna življenjska obdobja.
- Z različnimi programi, ki ne bodo temeljili zgolj na podajanju informacij, temveč na doživetju, izkustvu, igri, raziskovanju in aktivnem sodelovanju, se bo med lokalnim prebivalstvom dvignilo zavedanje o možnostih, ki jih Ljubljanski grad ponuja meščanom, hkrati se bo krepil njihov občutek pripadnosti ter pozitiven odnos do kulturne dediščine.
- Oblikovanje zvestega občinstva, ki bo s svojimi pozitivnimi izkušnjami opravljalo vlogo neformalnih ambasadorjev Ljubljanskega gradu.
- Prepoznana vrednost pedagoških in ostalih programov med vzgojitelji in pedagogi ter posledično povečan obisk zaključenih predšolskih, šolskih in srednješolskih skupin.



Cilj 3:

Ljubljanski grad z načrtnim mreženjem in mednarodnim sodelovanjem utrjuje položaj prepoznavnega likovnega razstavišča, kjer se kakovostni projekti s področja vizualne umetnosti, fotografije in oblikovanja premišljeno povezujejo z dediščino in arhitekturo ter prispevajo k dodani vrednosti kulturnega turizma v prestolnici.

UKREPI:

1. Redna izvedba kakovostnega likovno-galerijskega programa, ki je prvenstveno namenjen širokemu občinstvu ter je v sozvočju s funkcijo in ambientom posameznega razstavišča Ljubljanskega gradu.
2. Osredotočenje na izvedbo večjih in odmevnejših razstavnih projektov, tudi na račun kvantitete, za doseganje večje prepoznavnosti Ljubljanskega gradu kot razstavišča v širšem prostoru.
3. Načrtno mreženje z namenom izvedbe vsaj enega mednarodnega razstavnega projekta na letni ravni.
4. Kontinuirana izvedba multimedijskih projektov po principu t. i. prostorskih projekcij v Kazematah v kombinaciji z novimi tehnološkimi pristopi (npr. hologrami), da bi tako predstavili vrhunce slovenske ustvarjalnosti.
5. Ohranjanje in nadaljnji razvoj tradicionalnih partnerstev z lokalnimi vladnimi in nevladnimi institucijami z namenom prikaza aktualne umetniške in muzejske produkcije.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Z izvedbo kakovostnih in širše odmevnih likovno-galerijskih projektov bo Ljubljanski grad še močnejše

prispeval k razvoju in ponudbi kulturnega turizma v Ljubljani ter k razvoju novih občinstev.

- Ljubljanski grad bo zaradi zagotavljanja kakovostnih razmer med razstavljalci in organizatorji veljal za zaželeno razstavišče, tudi zunaj meja.
- Večji in odmevnejši razstavniki bodo predstavljali privlačnejšo komunikacijsko platformo za privabljanje dodatnega, predvsem lokalnega občinstva na grad.
- Multimedijski projekti, aktivno podprti z različnimi tehnološkimi principi, bodo med lokalnim prebivalstvom krepili zavest o vrhuncih slovenske ustvarjalnosti, prek tujih obiskovalcev pa širili prepoznavnost teh dosežkov po svetu.

Cilj 4:

Ljubljanski grad z raznolikim in kakovostnim glasbenim programom v edinstvenem grajskem ambientu utrjuje svojo prepoznavnost ter krepi položaj enega najvidnejših glasbenih prizorišč v prestolnici.

UKREPI:

1. Redna izvedba programa v sklopu Jazz Cluba Ljubljanski grad, kjer bo na eni strani zasledovana kakovost in raznolikost, tudi z angažiranjem mednarodnih umetnikov, na drugi strani pa se bo vzpostavila platforma za predstavitev novih idej in projektov.
2. Obnova Skalne dvorane v letu 2027 v namenski klubski prostor, ki bo prvenstveno namenjen izvedbi programa v sklopu Jazz Cluba, omogočal pa bo tudi izvedbo programske sorodnih glasbeno-družabnih formatov.
3. V letu 2028 pričeti z organizacijo poletnega



večdnnevnega festivala bluesa – s ciljem, da se le-ta v naslednjih dveh strateških obdobjih razvije v butičen, v srednjeevropskem prostoru prepoznan festival.

4. Organizacija priložnostnih glasbenih dogodkov, ki bodo zaradi edinstvenih prizorišč in ambienta ter kakovostne izvedbe imeli pridih butičnosti ter bodo nagovarjali zahtevnejše občinstvo.
5. Izvedba inovativnih formatov dogodkov, pri katerih se glasbena izkušnja prepleta z druženjem.
6. Ohranjanje in vzpostavitev novih strateških partnerstev z namenom širitve dosega in prepoznavnosti glasbenega programa ter z namenom izvedbe večjih projektov ali z namenom postati del večjih festivalskih dogajanj.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Ljubljanski grad si bo svojo prepoznavnost in vlogo med mestnimi glasbenimi prizorišči utrdil z izvedbo unikatnih glasbenih dogodkov z višjo dodano vrednostjo.
- Jazz Club Ljubljanski grad ostaja prizorišče žanrsko raznolikih nastopov, ki nekajkrat na leto svoj oder ponudi mladim, še neuveljavljenim ustvarjalcem.
- Z umeščanjem mednarodnih izvajalcev v program ter z medinstitucionalnim povezovanjem Ljubljanski grad pridobi prepoznavnost med ustvarjalci v srednjeevropskem prostoru.
- Z izvedbo vsaj enega sodelovanja na leto z glasbenimi festivali ali organizatorji bo Ljubljanski grad postal pomemben partner pri izvedbi večjih glasbenih projektov ter na ta način dosegal nova občinstva.
- Festival bluesa do konca strateškega obdobja postane na državni ravni prepoznan s potencialom širše, srednjeevropske prepoznavnosti.

Cilj 5:

Ljubljanski grad utrjuje vlogo enega osrednjih prizorišč kulturnega in družabnega življenja v prestolnici z izvedbo programov, ki so zasnovani kot celostna, vsebinsko premišljena in izkustveno bogata doživetja, umeščena v edinstveno grajsko okolje ter podprta s trajnostno noto.

UKREPI:

1. Kakovostna izvedba ter postopen in premišljen nadaljnji razvoj projektov, kot sta Grajski dnevi in Film pod zvezdami, ki ju že vrsto let odlikujejo ugled, tradicija ter široka prepoznavnost v slovenskem prostoru.
2. Kakovostna izvedba manjših in že uveljavljenih tradicionalnih vsebin (grajski piskači, jurjevanje ...), ki grajsko kulturno dediščino aktivno promovirajo med tujimi obiskovalci.
3. Redno zbiranje odzivov obiskovalcev ter analiza strukture občinstva, da bi se programi v naslednjih izvedbah lahko prilagodili dejanskim potrebam občinstva oz. da bi razvijali nove programe, ki bi z inovativnimi pristopi nagovarjali občinstva, ki na Ljubljanskem gradu še niso opazno zastopana.
4. Dosledno zasledovanje trajnostnih praks pri izvedbi projektov ter na ta način gradnja ugleda odgovornega in trajnostno naravnane organizatorja dogodkov.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Ljubljanski grad si bo utrdil vlogo prizorišča, ki obiskovalcem ponuja edinstvena doživetja ter izkušnje na dogodkih, ki se odvijajo v avtentičnem zgodovinskem okolju ter jih odlikuje kakovostna izvedba.



- Z grajenjem pristnih stikov z obiskovalci in s prvoosebno izkušnjo se bo v dobi vse večje digitalizacije Ljubljanski grad odlikoval kot prostor, kjer je osebno doživetje še vedno bistvo obiska.
- Odločitve o razvoju obstoječih ali umestitvi novih programov bodo utemeljene na podatkih in odzivih obiskovalcev, kar bo omogočalo pravočasne prilagoditve, višjo kakovost in učinkovitejše doseganje novih občinstev.
- Z doslednim vključevanjem trajnostnih praks pri izvedbi dogodkov bo Ljubljanski grad krepil ugled odgovornega organizatorja ter obiskovalce spodbujal k bolj trajnostnim oblikam udeležbe in mobilnosti.

Cilj 6:

Hostel Celica razvija svojo prepoznavnost kot edinstveno kulturno stičišče, ki iz izkušnje nekdanjega zapora z raznolikim programom ustvarja prostor umetnosti, znanja ter živahnega srečevanja lokalne skupnosti ter popotnikov.

UKREPI:

1. Redna produkcija ali koprodukcija tedenskih glasbenih ter drugih kulturno-umetniških dogodkov, ki utrjujejo sloves Hostla Celica kot živahnega kulturnega prizorišča.
2. Prek sodelovanj s tujimi založbami ter agencijami postati mednarodno prepoznavno poletno prizorišče za glasbene dogodke manjšega formata v sklopu cikla Celica špila.
3. Z izvedbo različnih priložnostnih dogodkov krepiti sodelovanje z lokalno skupnostjo (AKC Metelkova, Radio Študent ...).
4. Izmenjava popotniških izkušenj z redno organizacijo potopisnih predavanj ter s sodelovanjem z neodvisnimi

produkcijami popotniškega filma.

5. Izvedba dogodkov manjšega formata (npr. nastopi DJ-jev) na letnem vrtu hostla z namenom na tej lokaciji zadržati čim več gostov hostla, kakor tudi privabiti lokalno prebivalstvo.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Kulturni program bo ostal pomemben del identitete Celice, ki jo razlikuje od drugih hostlov ter hkrati razvija v širše prepoznavno, živahno kulturno in družabno stičišče lokalnega prebivalstva, ustvarjalcev in popotnikov.
- Izvedba poletnega koncertnega programa bo vse bolj krepila sloves hostla kot butičnega urbanega prizorišča.
- Sodelovanje z lokalno skupnostjo bo povečalo vpetost Celice v lokalno kulturno in družabno življenje.
- Potopisna predavanja in ostali programi na temo popotništva bodo ustvarjali platformo za izmenjavo popotniških izkušenj.
- Celica bo z izvedbo raznolikih programov posredovala v svet glas o ustvarjalnosti, odprtosti in kulturni raznolikosti Ljubljane.

jazz
club





5.2 Turistična dejavnost

Cilj 1:

Ljubljanski grad ohranja mesto najbolj obiskane turistične znamenitosti v Sloveniji.

UKREPI:

1. Razvoj oz. posodobitev turističnih vsebin z novimi tehnologijami.
2. Povezovanje različnih elementov ponudbe v celovita in personalizirana doživetja z razvojem tematskih ogledov, prilagojenih pešpoti in kombiniranih turističnih produktov.
3. Krepitev sodelovanja z javnimi in zasebnimi partnerji pri razvoju inovativnih turističnih produktov.
4. Razvoj ciljnih turističnih področij, prilagojenih novim skupinam obiskovalcev.
5. Povečanje interaktivnosti in vključenosti obiskovalcev z igrifikacijo, participativnimi vsebinami in doživetji.
6. Upravljanje tokov obiskovalcev z uporabo sodobnih orodij in razvojem dodatnih vsebin za razpršitev obiska ter ohranjanje prijetne in kakovostne uporabniške izkušnje.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Izboljšana kakovost doživetja in večje zadovoljstvo obiskovalcev.
- Povečanje povprečne porabe na obiskovalca ter rast prihodkov iz turistične dejavnosti.
- Večja prepoznavnost Ljubljanskega gradu kot inovativne in doživljajske destinacije.
- Uspešnejše nagovarjanje različnih ciljnih skupin in pridobivanje novih obiskovalcev.
- Večja vključenost obiskovalcev in daljši čas zadrževanja na gradu in Grajskem griču.
- Bolj enakomerna razporeditev obiskovalcev ter zmanjšanje gneče na najbolj obremenjenih/obiskanih točkah ogleda.

Cilj 2:

Ljubljanski grad je prepoznavna in edinstvena kulturno-turistična znamenitost, pri čemer se dediščina, kultura, arhitektura in naravno okolje povezujejo in ponujajo kot celovita in kakovostna doživetja.

Cilj 3:

Ljubljanski grad razvija vrhunska, raznolika in personalizirana doživetja ter integrirane turistične produkte, ki obiskovalcem omogočajo naprednejšo uporabniško izkušnjo skozi vse leto.

Cilj 4:

Ljubljanski grad je pomemben in prepoznaven partner v domačem in mednarodnem prostoru, ki s sodelovanjem, prenosom znanja in širjenjem dobrih poslovnih praks soustvarja inovativne kulturno-turistične zgodbe.

UKREPI ZA CILJE 2-4:

1. Spremljanje globalnih trendov, povpraševanja kot izhodišče za pripravo novih doživetij, ki obiskovalcem omogočajo edinstveno in kakovostno izkušnjo.
2. Stalna navzočnost na ključnih domačih in tujih trgih ter prilagajanje ponudbe glede na strukturo in potrebe obiskovalcev.
3. Krepitev sodelovanja s ključnimi nacionalnimi in lokalnimi deležniki na področju turizma, kot sta na



primer Turizem Ljubljana in Slovenska turistična organizacija.

4. Povezovanje s kulturnimi in drugimi sorodnimi institucijami doma in v tujini – z namenom razvoja skupnih doživetij in izmenjave dobrih poslovnih praks.
5. Krepitev odpornosti turistične ponudbe z agilnim prilagajanjem na spremembe v mednarodnem okolju in na ključnih trgih.

PRIČAKOVANI UČINKI ZA CILJE 2–4:

- Okrepljena prepoznavnost Ljubljanskega gradu kot celostne kulturno-turistične znamenitosti v mednarodnem okolju.
- Povečanje prihodkov iz naslova turistične dejavnosti za 5 % letno, ob upoštevanju zmogljivosti infrastrukture in trajnostnega upravljanja obiska.
- Zmanjšanje sezonskih nihanj obiska z razvojem celoletne turistične ponudbe in programov za različne ciljne skupine; okrepljeno sodelovanje z domačimi in mednarodnimi partnerji za razvoj dveh mednarodnih projektov v naslednjem strateškem obdobju.

Cilj 5:

Ljubljanski grad povečuje ekonomsko vrednost turističnega obiska s prilagojeno ponudbo kakovostnih, celovitih in tržno zanimivih turističnih produktov ter optimizacijo turistične ponudbe.

UKREPI:

1. Oblikovanje celovitih integriranih turističnih produktov.
2. Spodbujanje prodaje turističnih produktov z večjo dodano vrednostjo (t. i. nadgradna prodaja, angl. up sell).
3. Prilagajanje cenovne politike glede na povpraševanje, sezono in ciljne skupine.

4. Razvoj in krepitev posameznih prodajnih poti (spletna prodaja, prodaja prek mednarodne mreže posrednikov, turistične agencije, poslovni partnerji).
5. Spremljanje in analiza vedenja obiskovalcev, da bi tako lahko izboljšali ponudbo in povečali prodajo.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Povečanje povprečne porabe na obiskovalca za 20 % (v letu 2025 je bila povprečna poraba na obiskovalca, ki je kupil katero od vstopnic, 7,28 EUR).
- Povečanje deleža obiskovalcev, ki kupi eno od vstopnic na 75 % (v letu 2025 je bil delež obiskovalcev, ki kupijo katero od vstopnic, 73,15 %).
- Rast prihodkov iz turistične dejavnosti za 5 % letno.
- Večji delež prodaje dodatnih storitev.
- Izboljšana struktura obiskovalcev z večjim deležem gostov z višjo dodano vrednostjo.
- Večja finančna stabilnost in vzdržnost delovanja zavoda.
- Učinkovitejše upravljanje turistične ponudbe na podlagi spremljanja in analize podatkov.

Cilj 6:

Ljubljanski grad zagotavlja vrhunsko, celovito in uporabniku prijazno izkušnjo obiska, ki temelji na kakovostni storitvi, dostopnosti ter urejeni in pregledni infrastrukturi.

UKREPI:

1. Optimizacija poti gibanja obiskovalcev za boljšo pretočnost na območju Ljubljanskega gradu in Grajskega griča.
2. Skrajševanje čakanja z uvedbo rezervacijskih sistemov na ključnih točkah (grajske vsebine, vzpenjača, informacijske točke).



3. Dvig kakovosti storitve z rednim usposabljanjem zaposlenih glede gostoljubnosti in asertivne komunikacije.
4. Prilagajanje ponudbe in infrastrukture različnim uporabnikom (družine, starejši, ranljive skupine).
5. Redno zbiranje in analiza povratnih informacij obiskovalcev ter sprotno izboljševanje kakovosti storitev.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Višja stopnja zadovoljstva obiskovalcev.
- Večje število priporočil in pozitivnih ocen.
- Daljši čas zadrževanja obiskovalcev na gradu in Grajskem griču.
- Več ponovnih obiskov, zlasti domačih obiskovalcev.
- Boljša preglednost in dostopnost ter urejenost turistične ponudbe.

Cilj 7:

Ljubljanski grad z digitalizacijo izboljšuje upravljanje poslovnih procesov ter nadgrajuje turistično izkušnjo in dostopnost vsebin.

UKREPI:

1. Vse dni v letu neprekinjena dostopnost rezervacijskega sistema za upravljanje turističnih najav.
2. Skrajšanje čakanja v vrsti za nakup vstopnic s spodbujanjem obiskovalcev k nakupu vstopnic prek kartomatov in spletne prodaje.
3. Izboljšanje uporabniške izkušnje na vseh digitalnih in prodajnih točkah (kratek, jasen proces nakupa).
4. Vzpostavitev sistema za spremljanje in upravljanje turističnih tokov ter kapacitet po posameznih prostorih na gradu.
5. Uvedba orodij za štetje obiskovalcev v realnem času na posameznih točkah vstopa.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Povečanje deleža spletnih nakupov vstopnic na 20 % vseh nakupov do leta 2031 (v letu 2025 je znašal delež 5,51 %).
- Povečanje deleža nakupa vstopnic prek kartomatov na 10 % vseh nakupov do leta 2031 (v letu 2025 je znašal delež 6,26 %).
- Pohitritev nakupnega procesa.
- Izboljšanje zadovoljstva obiskovalcev (več časa na voljo za ogled grajskih vsebin).
- Učinkovitejše upravljanje turističnih tokov in bolj enakomerna razporeditev obiskovalcev skozi dan/mesec/leto.
- Vzpostavljen sistem štetja obiskovalcev na vseh točkah vstopa.
- Izboljšan vpogled v strukturo in gibanje obiskovalcev ter redno spremljanje tokov na podlagi podatkov.

Cilj 8:

Ljubljanski grad kot »živi laboratorij« (living hub) trajnostnega kulturnega turizma odločilno prispeva k razvoju odgovornega turizma v Sloveniji.

UKREPI:

1. Učinkovito in odgovorno upravljanje virov in infrastrukture.
2. Povezovanje ključnih deležnikov in spodbujanje pri soustvarjanju novih trajnostnih projektov (pilotske trajnostne rešitve).
3. Usklajevanje delovanja z izbranimi trajnostnimi kriteriji (npr. Zelena shema slovenskega turizma), certifikati (npr. mednarodni trajnostni certifikat Zeleni ključ) in njihova nadgradnja ter aktivno sodelovanje v nacionalnih in mednarodnih trajnostnih shemah.
4. Spodbujanje uporabe trajnostnih načinov prihoda



(vzpenjača, pešpoti, organizacija prevoza z okolju prijaznimi vozili).

5. Merjenje učinkov z indikatorji, vezanimi na ESG, usklajeno z Misijo 100 ogljično nevtralnih in pametnih mest.
6. Uvajanje inovativnih primerov krožnega gospodarstva (primer predelave odpadkov in vnovična uporaba novih izdelkov).
7. Krepitev povezanosti z lokalnim okoljem, sodelovanje z lokalnimi ponudniki in vključevanje lokalnih produktov v turistično ponudbo.
8. Vključevanje trajnostnih vsebin v turistična doživetja in interpretacijo dediščine.
9. Redna in konsistentna komunikacija z različnimi deležniki o trajnostnem ravnanju in odgovornem obisku gradu.
10. Aktivno iskanje dodatnih virov financiranja prek razpisov, namenjenih razvoju trajnostnih vsebin.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Zmanjšanje vplivov turistične dejavnosti na okolje.
- Učinkovitejša raba energije, vode in drugih virov.
- Zmanjšanje količine odpadkov, večji delež predelave odpadnih materialov.
- Večji delež obiskovalcev, ki uporabljajo trajnostne načine prihoda.
- Večja vključenost lokalnih ponudnikov v turistično ponudbo.
- Iskan poslovni partner za področje trajnostnih projektov.
- Večja ozaveščenost obiskovalcev o trajnostnem ravnanju na gradu.





5.3 Industrija srečanj

Cilj 1:

Ljubljanski grad ohrani in okrepi status edinstvene lokacije za izvedbo butičnih prireditev.

Cilj 2:

Ljubljanski grad omogoča celostno organizacijo prireditve na enem mestu.

Cilj 3:

Ljubljanski grad z razvito turistično ponudbo in kulturno-umetniškim programom organizatorjem prireditev ponudi obogateno izkušnjo.

UKREPI ZA CILJE 1-3:

1. Obnovitev certifikata »Prizorišče za posebne dogodke«, ki ga podeljuje Kongresni urad Slovenije, s tem pa dopolnjevanje in nadgrajevanje ponudbe večjih kongresnih centrov.
2. Pomoč pri najzahtevnejših prireditvah s strokovno tehnično in organizacijsko podporo ter osebjem za izvedbo prireditev na visoki ravni, brez potrebe po najemu zunanjih profesionalnih organizatorjev.
3. Aktivno nadgrajevanje in posodabljanje tehnične opreme ter vzdrževanje grajskih prizorišč kot kulturnega prostora s spomeniško vrednostjo.
4. Sprotno posodabljanje ukrepov skladno s predpisi na področju varnosti in požarnega reda za zagotavljanje varstva kulturne dediščine in brezhibnosti prostorov.
5. Individualizirana izvedba in ponudba, prilagojena željam, zahtevam ter potrebam vsakokratnega najemnika.
6. Možnost združevanja najema prostora z obogateno izkušnjo grajskih doživetij oz. produktov (npr. Grajski

pozdrav, Časovni stroj, Grajski pobeg, vodeni ogledi).

7. Dodatna ponudba nastanitve poslovnih partnerjev ali udeležencev prireditev v prostorih, ki jih ima v upravljanju Ljubljanski grad (Hostel Celica in Stolba).

PRIČAKOVANI UČINKI 1-3:

- Dvig konkurenčnosti destinacije na lokalni in globalni ravni.
- Povečanje prihodkov od najema prostorov ter dodatnih storitev.
- Uveljavitev med posebnimi prizorišči tudi na mednarodnem trgu.
- Večje zadovoljstvo uporabnikov gradi dolgoročno in večletna sodelovanja.
- Rast prepoznavnosti grajskih produktov v širši javnosti s področja industrije srečanj in kongresnega turizma (tudi v B2B segmentu).
- Preplet turistične ponudbe znotraj kongresne dejavnosti ima učinek tudi na splošno turistično dejavnost Ljubljanskega gradu (pozitivna izkušnja kot najboljša priporočilo).
- Sledenje trendu, ki industrijo srečanj prepleta z izkustvenimi doživetji, omogoča, da se Ljubljanski grad pozicionira kot edinstvena lokacija na domačem in tujem trgu.

Cilj 4:

Ljubljanski grad je pomemben strateški in poslovni partner na področju industrije srečanj.

UKREPI:

1. Udeležba na poslovnih borzah, sejnih in izobraževanjih doma ter na ključnih trgih v tujini za segment B2B in B2C.
2. Ciljno mreženje s strokovno javnostjo in potencialnimi najemniki.



3. Ohranjanje tesnega sodelovanja s Kongresnim uradom Slovenije in Kongresnim uradom Ljubljana pri Turizmu Ljubljana.
4. Stalno izobraževanje, sledenje globalnim trendom, izmenjava idej in prenos uspešnih poslovnih praks.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Povečevanje števila potencialnih najemnikov ter dolgoročnih partnerstev.
- S povezovanjem in prenosom znanja omogočamo kakovostno in edinstveno izkušnjo prireditve na Ljubljanskem gradu.
- Okrepljeno pozicioniranje Ljubljanskega gradu kot lokacije, ki z edinstvenim ambientom in kulturno-turističnimi programi pomembno dopolnjuje izvedbo večjih mednarodnih kongresov, poslovnih in športnih dogodkov, potrjenih s strani Kongresnega urada Slovenije in Konzorcija KUL.
- Rast števila oglednih obiskov in povpraševanj s strani profesionalnih kongresnih organizatorjev.

Cilj 5:

Učinkovito upravljanje s povpraševanji in optimalno razporejanje toka najemov skozi leto.

UKREPI:

1. Usmerjena promocija prek poslanih ponudb, spletne predstavitve in e-novičnika.
2. Stalna navzočnost na ključnih domačih in tujih trgih (digitalno in z obiskom sejmov).
3. Posodobitev predstavitve ponudbe na spletni strani z možnostjo 360-stopinjskega ogleda prostorov.
4. Podpora in svetovanje pri iskanju optimalnega termina, prostora ali tehnične razporeditve.
5. Aktivno trženje celovitih turističnih produktov, ki

obogatijo vsebino prireditev.

6. Zmanjšanje sezonskih nihanj najema s promocijo prostorov v manj zaželenih mesecih.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večji doseg potencialnih najemnikov, organizatorjev prireditev ter druge zainteresirane javnosti.
- Izboljšanje dostopnosti ter hitrejši prenos informacij o najemih dvoran (lažja orientacija po spletni strani in v prostoru).
- Zmanjšanje pritiska na najbolj povpraševane termine ter optimizacija dela ekip za podporo najemom, uravnoteženost tudi z ostalimi področji delovanja Ljubljanskega gradu.



Cilj 6:

Ljubljanski grad je vodilna lokacija s trajnostno vizijo, ki ji sledijo organizatorji prireditev in najemniki prostorov.

UKREPI:

1. Z energetske optimizacije prostorov skrbimo za energetsko učinkovitost in manjšo porabo energije med prireditvami (prilagajanje klimata na gretje/hlajenje glede na letni čas, izraba naravne svetlobe, izklop naprav in luči, ki niso v uporabi, zračenje z odpiranjem oken).
2. S certificiranimi, mednarodno priznanimi orodji izvajamo meritve ogljičnega odtisa prireditev.
3. S stalnim spremljanjem trendov, partnerstvom z vodilnimi strokovnjaki na področju trajnosti in vključevanjem v zelena omrežja strokovno svetujemo najemnikom v prizadevanjih za nižji ogljični odtis prireditev (prenos znanja).
4. Ohranjamo partnersko sodelovanje s podjetjem Ljubljanski potniški promet in najemnikom ponujamo možnost trajnostnih prihodov na prireditve z okolju prijaznimi vozili (tirna vzpenjača, avtobus).
5. Spodbujanje k odgovornemu ravnanju s presežki hrane.
6. Predelava odpadnega materiala, ki nastaja na prireditvah, v izdelke z novo namembnostjo.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- S celostno storitvijo tehnične podpore in uporabo grajske opreme se zmanjša potreba po vnosu in dostavi opreme zunanjih ponudnikov.
- Prenos znanja in inovacije omogočijo hitrejši prehod od trajnostnih do regenerativnih prireditev.
- Postanemo strokovnjaki za izvajanje meritev okoljskih ter družbenih učinkov prireditev.

- Krepitev ugleda Ljubljanskega gradu kot lokacije, ki podpira izvedbo družbeno odgovornih, zelenih in naprednih prireditev.



5.4 Protokolarni dogodki in poročni obredi

Cilj 1:

Ljubljanski grad je najbolj zelena redna lokacija za izvedbo civilnih poročnih obredov v Mestni občini Ljubljana.

Cilj 2:

Ljubljanski grad z raznolikim ambientom grajskih prostorov ustvarja edinstveno kuliso za intimne civilne obrede, cerkvene poroke, zaroke ter slavlja.

UKREPI ZA CILJA 1 in 2:

1. Sodelovanje z Upravno enoto Ljubljana in ohranjanje statusa redne lokacije za sklepanje zakonskih zvez.
2. Skrb za kakovostno ponudbo in prilagodljivost glede na želje poročnih parov – zaročni paketi, intimni poročni obredi in slavlja.
3. Vzdrževanje edinstvene vrednosti prostorov ter promocija teh kot posebnosti v Mestni občini Ljubljana ter širše.
4. Upravljanje povpraševanj in usmerjanje v manj obiskane mesece za intimnejšo izkušnjo.

PRIČAKOVANI UČINKI 1 in 2:

- Ljubljanski grad se profilira kot privlačna lokacija s prepletom zgodovinske in kulturne dediščine, zanimiva za posamezne pare in profesionalne poročne organizatorje.
- Povečanje števila poročnih obredov in slavljev.
- Bolj enakomerna zasedenost terminov skozi leto.
- Večja kakovost izvedbe poročnih dogodkov.

Cilj 3:

Ljubljanski grad je prepoznano prizorišče protokolarnih prireditev.

UKREPI:

1. Nadaljevanje dobrega poslovnega odnosa s protokolom na mestni in državni ravni.
2. Krepitev prepoznavnosti Ljubljanskega gradu kot lokacije za protokolarnе prireditve.
3. Celovita podpora pri kakovostni izvedbi najzahtevnejših protokolarnih prireditev.
4. Usposabljanje zaposlenih za delo na področju protokola in gostoljubnosti.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja prepoznavnost Ljubljanskega gradu kot lokacije za izvedbo protokolarnih prireditev.
- Okrepljeno sodelovanje z vladnimi organi in institucijami.
- Povečanje prihodkov iz naslova organizacije protokolarnih prireditev.



5.5 Namestitvena dejavnost

Cilj 1:

Krepitev konkurenčnosti, kakovosti in trajnostne naravnosti namestitvene dejavnosti Hostla Celica in apartmajev Na Stolbi z namenom povečanja prepoznavnosti, zasedenosti ter zadovoljstva gostov.

UKREPI:

1. Posodobitev digitalnih orodij za upravljanje rezervacij z nadgradnjo obstoječega rezervacijskega sistema, uvedbo rešitev z umetno inteligenco za dinamično oblikovanje cen ter izboljšanje uporabniške izkušnje pri spletnih rezervacijah.
2. Razvoj in nadgradnja ponudbe z oblikovanjem novih tematskih paketov in doživetij, povezovanjem z drugimi programi Ljubljanskega gradu ter nadgradnjo obstoječih storitev za različne ciljne skupine.
3. Krepitev trajnostnega upravljanja z uvajanjem okolju prijaznih praks, zmanjševanjem porabe energije in virov ter spodbujanje trajnostnega vedenja gostov.
4. Izboljšanje kakovosti storitev z rednim usposabljanjem zaposlenih, uvajanjem standardov kakovosti ter s sistematičnim spremljanjem zadovoljstva gostov.
5. Vzpostavitev novih prodajnih kanalov z identifikacijo novih distribucijskih poti in s sodelovanji s partnerji.
6. Krepitev promocije in prepoznavnosti s ciljno usmerjenimi marketinškimi kampanjami, povečanjem digitalne prisotnosti ter sodelovanjem z vplivneži in mediji.
7. Zagotavljanje razpoložljivosti apartmajev na Stolbi za namestitve gostujočih umetnikov javnih zavodov, katerih ustanoviteljica je MOL.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Povečana zasedenost nastanitvenih kapacitet.
- Višji prihodki iz naslova namestitvene dejavnosti.

- Izboljšana uporabniška izkušnja gostov.
- Večja prepoznavnost Hostla Celica in apartmajev Na Stolbi.
- Okrepljena trajnostna naravnost poslovanja.
- Večja konkurenčnost na domačem in tujih trgih.
- Uspešno vključevanje gostujočih umetnikov v lokalno okolje.

Cilj 2:

Vzpostavitev Hostla Celica kot osrednje informacijske in izhodiščne točke za mlade popotnike ter krepitev njegove vloge pri promociji Ljubljane kot privlačne destinacije za to ciljno skupino.

UKREPI:

1. Sistematično izobraževanje zaposlenih za opravljanje vlog informatorjev in promotorjev Ljubljane in Slovenije, da bi tako zagotovili kakovostne in celovite informacije za goste.
1. Razvoj in promocija digitalnih vsebin o Ljubljani v sodelovanju s ključnimi deležniki, zlasti za potrebe mladih popotnikov, ter oblikovanje privlačnih produktov za to ciljno skupino.
1. Ureditev in nadgradnja informacijske točke v hostlu, ki bo prilagojena potrebam mladih popotnikov in bo omogočala enostaven dostop do relevantnih informacij.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja prepoznavnost Ljubljane kot destinacije za mlade popotnike.
- Povečanje obiska mladih gostov.
- Živahnejši turistični utrip mesta.
- Večja vloga hostla pri promociji destinacije.
- Okrepljena digitalna navzočnost in doseg med ciljnimi skupinami.



Cilj 3:

Povečanje uporabe gostinskih in spremljevalnih storitev ter krepitev trajnostno naravnane kulinarčne ponudbe, tudi z razširitvijo ponudbe za zunanje goste.

UKREPI:

1. Prilagajanje gostinske ponudbe sezonskim trendom ter vključevanje lokalnih in slovenskih živil.
2. Nadgradnja ponudbe pijač in jedi z večjim poudarkom na lokalni identiteti.
3. Razvoj kulinarčnih produktov za organizirane skupine in individualne goste.
4. Oblikovanje prepoznavne hostelske kulinarike ter organizacija kulinarčnih dogodkov.
5. Spodbujanje uporabe gostinskih storitev v okviru celotne ponudbe hostla.
6. Uvedba organizirane ponudbe malic in kosil za zunanje goste, vključno z oblikovanjem dnevnih menijev, možnostjo abonmajev za redne goste, ciljno promocijo lokalnemu okolju ter prilagoditvijo ponudbe hitremu mestnemu utripu.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Povečanje števila zunanjih gostov.
- Boljša izkoriščenost gostinskih kapacitet skozi celoten dan.
- Stabilnejši prihodki iz gostinske dejavnosti.
- Večja prepoznavnost kulinarčne ponudbe Hostla Celica.
- Okrepljeno sodelovanje z lokalnimi ponudniki.
- Večja povezanost z lokalnim okoljem.

Cilj 4:

Nadgradnja kakovosti bivanja z novimi investicijskimi projekti v Hostlu Celica.

UKREPI:

1. Obnova dotrajanih celic z namenom izboljšanja bivalnega udobja in estetske podobe hostla.
2. Ureditev oziroma nadgradnja sistema prezračevanja v celicah v 1. nadstropju za zagotavljanje ustreznih bivalnih razmer.
3. Urejanje okolice hostla, ki vključuje zelene površine ter izboljšanje dovozne poti.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Izboljšana kakovost bivanja gostov.
- Višja stopnja zadovoljstva gostov.
- Večja konkurenčnost nastanitve.
- Dolgoročno ohranjanje vrednosti objekta.
- Izboljšana funkcionalnost in urejenost infrastrukture.





5.6 Javni prevoz potnikov s tirno vzpenjačo in trajnostna dostopnost

Cilj 1:

Tirna vzpenjača je kot okolju prijazno prevozno sredstvo zaradi trajnostne naravnosti prva izbira za dostop na Grajski grič.

UKREPI:

1. Aktivno spodbujanje obiskovalcev, turističnih agencij ter organiziranih skupin k uporabi tirne vzpenjače kot prednostne, trajnostne in okolju prijazne možnosti dostopa na Grajski grič.
2. Organizacija in časovno usmerjanje prevozov za vnaprej najavljene agencijske skupine zunaj najbolj obremenjenih terminov obratovanja tirne vzpenjače.
3. Vzpostavitev priporočil za agencije in organizatorje skupin glede optimalnih terminov prihodov, zlasti v času visoke turistične sezone, ob koncih tedna, praznikih in v terminih večjih prireditvev.
4. Uvedba dodatnih oziroma alternativnih trajnostnih oblik prevoza na Grajski grič ob večjih prireditvah ter v obdobju povečanega obiska turistov.
5. Krepitev trajnostno naravnane komunikacije o tirni vzpenjači.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja uporaba tirne vzpenjače kot osrednjega in trajnostnega sredstva dostopa na Grajski grič.
- Krajše čakalne vrste v času največjega obiska in boljša pretočnost obiskovalcev.
- Enakomernejša časovna razporeditev prihodov agencijskih in organiziranih skupin.
- Pravočasen, udoben in kakovosten dostop do vsebin in dogodkov na gradu.
- Izboljšana izkušnja obiskovalcev ob prihodu na Ljubljanski grad.
- Krepitev podobe Ljubljanskega gradu kot trajnostno naravnane in obiskovalcem prijazne destinacije.

Cilj 2:

Zagotavljanje visoke stopnje razpoložljivosti tirne vzpenjače.

UKREPI:

1. Zagotavljanje sredstev za nabavo rezervnih delov.
2. Redno usposabljanje in izobraževanje strokovnega kadra za upravljanje naprave.
3. Redno spremljanje stanja naprave in tehnološkega razvoja na področju tovrstnih naprav ter zagotavljanje nemotenega delovanja z zakonsko predpisanim investicijskim vzdrževanjem.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Ohranitev visoke razpoložljivosti tirne vzpenjače.
- Ohranitev usposobljenega in kakovostnega strokovnega kadra.

Cilj 3:

Učinkovito upravljanje omejene kapacitete Grajskega parka ter usmerjanje obiskovalcev k trajnostnim načinom prihoda na Grajski grič.

Cilj 4:

Zagotavljanje organizacije prevozov z okolju prijaznimi vozili ob večjih kulturno-umetniških prireditvah in prireditvah drugih organizatorjev, ki se odvijajo v prostorih Ljubljanskega gradu.

UKREPI ZA CILJE 3 in 4:

1. Učinkovito upravljanje obstoječega režima parkiranja ter spremljanje zasedenosti.
2. Redno obveščanje o možnostih dostopa (parkiranje,



javni prevoz, organizirani prevozi LPP).

3. Spodbujanje uporabe trajnostnih načinov prihoda (vzpenjača, peš, javni prevoz).
4. Redno spremljanje prihodov obiskovalcev na prireditve ter prilagajanje organizacije dostopa na podlagi analize podatkov.

PRIČAKOVANI UČINKI ZA 3 in 4:

- Boljša izkoriščenost parkirnih kapacitet.
- Zmanjšanje zastojev in gneče ob prihodih obiskovalcev na prireditve.
- Večji delež obiskovalcev, ki uporabljajo alternativne načine prihoda.
- Boljša obveščenost in lažje načrtovanje prihoda.
- Izboljšana dostopnost in uporabniška izkušnja.
- Izboljšanje izkušnje uporabnikov rekreativnih površin Grajskega griča.
- Zmanjšanje prometne obremenjenosti Grajskega griča.
- Učinkovitejša organizacija dostopa ob večjih dogodkih.

5.7 Komunikacija

Cilj 1:

Ohranjanje močne blagovne znamke Ljubljanski grad in skrb za njeno pozitivno podobo v javnosti.

UKREPI:

1. Dosledno umeščanje blagovne znamke kot »must-experience kulturne, trajnostne in turistične platforme«.
2. Komunikacija, ki temelji na kulturni dediščini kot bistvu identitete, iz katere izhajamo.
3. Krepitev pripovednega pristopa, ki Ljubljanski grad umešča kot živ prostor Ljubljane in središče povezanega kulturnega, družbenega in turističnega dogajanja.
4. Usklajevanje vseh sporočil z identiteto Ljubljane kot zelene destinacije.
5. Profiliranje Ljubljanskega gradu kot kulturnega središča nad mestom za domače obiskovalce.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja emocionalna povezanost z destinacijo.
- Jasna, prepoznavna in konsistentna javna podoba.
- Zavedanje domačih obiskovalcev, da je grad več kot zgolj turistična točka ter da je predvsem prostor kulturnih in drugih dogodkov.

Cilj 2:

Redna in transparentna komunikacija z različnimi deležniki (lastniki MOL, novinarji in druge zainteresirane javnosti).

UKREPI:

1. Nadgradnja strukturiranega načrta komuniciranja z deležniki.

2. Proaktivna komunikacija ključnih projektov (ne samo odzivna).
3. Redne vsebinske predstavitve razvoja gradu (trajnost, programi, kultura).
4. Povezovanje komunikacije z Mestno občino Ljubljana, Turizmom Ljubljana in Slovensko turistično organizacijo.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večje zaupanje deležnikov.
- Manj komunikacijskih tveganj.

Cilj 3:

Postopna prenova oz. posodobitev celostne grafične podobe, usklajene z vsemi dejavnostmi, ki jih javni zavod opravlja, ter pripadajočimi blagovnimi znamkami.

UKREPI:

1. Prenova CGP v smeri sodobne kulturne, turistične in trajnostne platforme (preplet dediščine in doživetij).
2. Uskladitev vizualne identitete z digitalnimi in fizičnimi stičnimi točkami.
3. Poenotenje podznamk Ljubljanskega gradu.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Prepoznavna vizualna identiteta.
- Večja konsistentnost komunikacije.
- Močnejša vrednost priklica znamke Ljubljanski grad.

Ljubljana Castle
Ljubljanski
grad

3. 7. - 30. 8. 2026

Arne Hodalič

Med svetovi • Between Worlds

www.ljubljanskigrad.si

Fotografska razstava • Photography Exhibition



Ustanoviteljska
skupnost občine
Ljubljana



Korak do kulture
Culture Walk

TAMAM



Cilj 4:

Krepitev digitalne navzočnosti na družbenih omrežjih ter racionalizacija komunikacijskih kanalov glede na njihov doseg, relevantnost in učinkovitost pri nagovarjanju domačih in tujih obiskovalcev.

UKREPI:

1. Osredotočanje na platforme, ki najučinkoviteje predstavljajo obiskovalčevo izkušnjo.
2. Ločeno nagovarjanje:
 - turisti (navdih in doživetje, ki ga ne smete zamuditi),
 - lokalni prebivalci (dogodki, identiteta in skupnost).
3. Redna optimizacija kanalov glede na učinkovitost.
4. Še večji poudarek na jasno izraženih sporočilih na družbenih omrežjih, saj so le-ta postala naš osrednji komunikacijski kanal.
5. Postopno poenotenje grafičnih podob družbenih omrežij z novo celotno grafično podobo zavoda in pripadajočih blagovnih znamk.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja angažiranost in boljši doseg ključnih ciljnih skupin.
- Bolj učinkovita poraba sredstev.
- Večji vpliv v fazi odločanja obiskovalcev.
- Bolj jasna komunikacijska sporočila.
- Krepitev pozitivne podobe javnega zavoda prek družbenih omrežij.

Cilj 5:

Skrb za ohranjanje poslanstva javnega zavoda do ranljivih skupin.

UKREPI:

1. Dosledna uporaba in nadgradnja vsebin in infrastrukture, prilagojene ranljivim skupinam (npr. slušne zanke, tipna maketa, dostopnost toaletnih prostorov z uporabo euro ključa, taktilne oznake, dostopnost prostorov ...).
2. S projektom Dan odprtih vrat in brezplačnimi vsebinami ohranjanje dostopnosti ponudbe ranljivim skupinam.
3. Sodelovanje z društvi in organizacijami, ki se ukvarjajo z družbeno koristnimi projekti.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Ohranjanje zavedanja o pomembnosti približevanja kulturnih vsebin in ponudbe gradu ranljivim skupinam.
- Ljubljanski grad naj postane še bolj dostopen za obisk ranljivih skupin.

Cilj 6:

Obveščanje o pomenu trajnostnega delovanja Ljubljanskega gradu in Hostla Celica za ohranjanje kulturne dediščine.

UKREPI:

1. Redno obveščanje zunanje in notranje javnosti o aktivnostih na področju trajnosti.
2. Spodbujanje trajnostnega delovanja pri obisku Ljubljanskega gradu in Hostla Celica (trajnostni prihod, uporaba pitnikov, ločevanje odpadkov, spletni nakup vstopnic, uporaba digitalnega zemljevida, varčevanje z energenti ...).
3. Vpetost v strateške smernice trajnostnega delovanja



krovne organizacije na področju turizma – STO, Turizma Ljubljana in drugih deležnikov.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja prepoznavnost Ljubljanskega gradu in Hostla Celica kot nosilca mednarodnega certifikata Zeleni ključ in vključenost v Zeleno shemo slovenskega turizma.
- Odgovorno delovanje Ljubljanskega gradu in Hostla Celica po načelih trajnostnega razvoja.

Cilj 7:

Krepitev internega komuniciranja in mreže internih ambasadorjev.

UKREPI:

1. Razvoj programa »ambasador Ljubljanskega gradu«.
2. Interno usposabljanje zaposlenih za t. i. storytelling (preplet dediščine in doživetij).
3. Redni interni komunikacijski kanali (deljenje zgodb, uspehov, projektov).
4. Spodbujanje kulture »življenjskega prostora gradu« tudi interno.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja usklajenost zaposlenih z vizijo zavoda.
- Večja prepričljivost in skladnost komunikacije navzven.

Cilj 8:

Celovita prenova spletnih strani, ki predstavljajo osrednje informacijsko in izobraževalno središče javnega zavoda.

UKREPI:

1. Vzpostavitev sodobne, uporabniku prijazne in večjezične spletne platforme (prenova spletne strani

zavoda).

2. Izboljšanje uporabniške izkušnje.
3. Optimizacija spletne strani.
4. Izboljšanje uporabniških poti in storitev.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Izboljšana uporabniška izkušnja in večje zadovoljstvo obiskovalcev.
- Povečanje obiska spletne strani in daljši čas zadrževanja uporabnikov.
- Večja dostopnost informacij za potencialne tuje obiskovalce.
- Krepitev sodobne in prepoznavne digitalne podobe Ljubljanskega gradu v domačem in mednarodnem prostoru.
- Večja dostopnost kulturnih in izobraževalnih vsebin skozi vse leto.
- Okrepljena vloga Ljubljanskega gradu kot kulturno-izobraževalne institucije.
- Povečanje spletne prodaje.
- Učinkovitejše komuniciranje z različnimi ciljnimi skupinami.

5.8 Grajska trgovina Friderik

Cilj 1:

Utrjevanje identitete blagovne znamke Friderik ter njeno strateško umeščanje na ključnih domačih in mednarodnih trgih.

Cilj 2:

Zagotavljanje trajnostno naravnane nabora kakovostnih izdelkov v Grajski trgovini Friderik z utrjevanjem partnerstev z domačimi dobavitelji in rokodelci.

Cilj 3:

Povečanje rasti spletne prodaje Friderik za 5 % na letni ravni in redno posodabljanje dostopnosti spletne prodaje za končne uporabnike.

Cilj 4:

Dopolnjevanje prodajnega nabora z unikatnimi prodajnimi izdelki, ki so vsebinsko vezani na Ljubljanski grad.

Cilj 5:

Implementacija krožnega gospodarstva skozi proces predelave in ponovne uporabe odpadnih materialov za unikatno linijo izdelkov »Friderik ReMade«.

Cilj 6:

Vključevanje posebnih linij izdelkov, ki vsebinsko in tematsko dopolnjujejo aktualne razstave in projekte na Ljubljanskem gradu.

Cilj 7:

Poleg stalnih in začasnih prodajnih mest na gradu tudi okrepljena navzočnost blagovne znamke Friderik na sejmi in večjih mestnih prireditvah.

UKREPI ZA CILJE 1-7:

1. Sistematično utrjevanje partnerstev z izbranimi lokalnimi rokodelci in trajnostno naravnanimi dobavitelji.
2. Uporaba maskote Friderik za namene promocije in neposredne komunikacije z obiskovalci in sledilci na družbenih omrežjih.
3. Prisotnost maskote Friderik kot pomembnega komunikacijskega elementa pri interakciji z obiskovalci na terenu in na družbenih omrežjih.
4. Stalno izobraževanje na področju e-poslovanja, iskanje naprednih pristopov prodaje ter nenehna optimizacija in zagotavljanje dostopnosti spletnih prodajnih poti.
5. Izboljšanje uporabniške izkušnje ter pospeševanje prodajnih rezultatov v spletni trgovini.
6. Večja prepoznavnost blagovne znamke Friderik skozi nenehen razvoj unikatnih avtorskih izdelkov in vsebinskih linij spominkov z visoko dodano vrednostjo.
7. Razvoj baze rednih kupcev z ekskluzivnimi ugodnostmi ter razširitev prodajne dejavnosti na nove začasne lokacije in dogodke.



PRIČAKOVANI UČINKI ZA CILJE 1-7:

- Povečanje prepoznavnosti blagovne znamke Friderik na domačem in mednarodnem trgu.
- Rast prihodkov od prodaje izdelkov blagovne znamke Friderik za 10 % letno.
- Širitev dosega in povečanje števila kupcev zunaj fizične lokacije trgovine.
- Krepitev baze kupcev, ki se vračajo.
- Večja vključenost trajnostnih in lokalnih izdelkov v ponudbo.
- Širitev prodajnih poti in večja navzočnost blagovne znamke na trgu.
- Dolgoročna krepitev konkurenčnosti blagovne znamke v kategoriji ostalih spominskih izdelkov.



5.9 Blagovna znamka Izbrani grajski užitki in Grajska vinska zgodba

Cilj 1:

Razvoj prepoznavne kulinarične ponudbe Ljubljanskega gradu pod enotno blagovno znamko Izbrani grajski užitki.

UKREPI

1. Razvoj in aktivno trženje obstoječih kulinaričnih doživetij, kot so Piknik v Grajskem vinogradu, Večerja v Grajskem vinogradu, Mestni oddih in druga butična doživetja.
2. Oblikovanje jasnih smernic znamke Izbrani grajski užitki.
3. Razvoj novih kulinaričnih produktov v sodelovanju z najemniki gostinskih lokalov.
4. Vključevanje grajskega vina in izdelkov iz vina (tropinovec, makroni, čokolade ...) v turistična doživetja, degustacije, dogodke in ponudbo Grajske trgovine Friderik.
5. Posodobitev embalaže, etiket in promocijskih elementov, povezanih s kulinarično in vinsko ponudbo.
6. Predstavitev in promocija izdelkov v Grajski trgovini Friderik ter na dogodkih Ljubljanskega gradu.
7. Tesno povezovanje kulinarične ponudbe z vinsko, kulturno in dediščinsko zgodbo gradu.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Večja prepoznavnost znamke Izbrani grajski užitki.
- Razvoj širšega nabora kulinaričnih izdelkov in doživetij, povezanih z Ljubljanskim gradom.
- Večja prodaja izbranih grajskih izdelkov in doživetij.
- Krepitev ugleda Ljubljanskega gradu kot prostora kakovostne kulinarične ponudbe.
- Večja vključenost najemnikov gostinskih lokalov v razvoj grajske kulinarične zgodbe.
- Povezovanje dediščine, vina in kulinarike v celovito doživetje za obiskovalce.

Cilj 2:

Krepitev Grajske vinske zgodbe kot prepoznavnega dela identitete Ljubljanskega gradu.

UKREPI:

1. Strokovno upravljanje Grajskega vinograda v sodelovanju s Kmetijskim inštitutom Slovenije.
2. Redno usposabljanje zaposlenih na področju vinogradništva in pridelave vina.
3. Spremljanje sodobnih trendov trajnostne in odporne pridelave vina.
4. Skrb za odpornost vinograda na vremenske razmere z namenom pridelave kakovostnih letnikov.
5. Krepitev statusa grajskega vina kot protokolarnega vina Mestne občine Ljubljana.
6. Oblikovanje enotnih standardov uporabe grajskega vina za protokolarne, prodajne in promocijske namene.
7. Izbor izbranih pridelovalcev z namenom dodatnih polnitvev vina pod blagovno znamko Grajsko vino.
8. Ciljno usmerjeno pridobivanje novih pokroviteljev grajske trte in grajenje pripadnosti skupnosti ljubiteljev Grajske vinske zgodbe z organizacijo ekskluzivnih dogodkov za pokrovitelje.
9. Aktivno udejstvovanje v Združenju mestnih vinogradov (Urban Vineyard Association) za doseganje promocije v mednarodnem okolju ter spoznavanje dobrih praks.
10. Vključevanje zgodbe žametovke (cepiča najstarejše trte sveta) v turistična doživetja in mednarodne povezave.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Pridelava kakovostnega grajskega vina.
- Strokovna usposobljenost kadra za upravljanje Grajskega vinograda.
- Večja prepoznavnost in ugled grajskega vina.

- Večja uporaba grajskega vina v protokolarne namene in povečanje prodaje.
- Krepitev pripadnosti mestne družine in partnerjev grajski vinski zgodbi.
- Povečanje števila pokroviteljev grajske trte in dodatni prihodki od pokroviteljstev.
- Utrjevanje Ljubljanskega gradu kot pomembnega predstavnika mestnega vinogradništva v mednarodnem prostoru.
- Prenos znanja in dobrih praks med člani Združenja mestnih vinogradov.
- Večje zanimanje obiskovalcev za vinsko, kulinarčno in dediščinsko ponudbo Ljubljanskega gradu.



5.10 Digitalizacija

Cilj 1:

Ustvariti sodoben, povezan in podatkovno podprt zavod, ki bo tehnologijo uporabljal premišljeno, trajnostno in v podporo obiskovalcem ter zaposlenim.

UKREPI:

Kibernetska varnost in digitalna odpornost

1. Nadgradnja sistema varnostnega kopiranja in »disaster recovery«.
2. Ohranjanje politike nadzora in hranjenja podatkov.
3. Nadgradnja varnostno-operativnega centra.
4. Vzpostavitev nove redundantne lokacije za podatkovni center.
5. Stalna izobraževanja zaposlenih o kibernetskih tveganjih.

Digitalna uporabniška izkušnja in pametni obisk

Ljubljanskega gradu

1. Nadaljnja digitalizacija poslovnih, prodajnih, rezervacijskih in vzdrževalnih procesov.
2. Implementacija umetne inteligence za podporo uporabnikom, analitiko in optimizacijo procesov.
3. Razvoj pametnega upravljanja obiskovalcev, dostopov in rezervacij.
4. Nadgradnja analize podatkov o obiskovalcih, nakupnih navadah, gibanju obiskovalcev in zadovoljstvu.
5. Nadgradnja digitalnih prodajnih mest, kartomatov in brezstičnih storitev.
6. Integracija sistemov z lokalnimi turističnimi ter drugimi strateškimi partnerji.
7. Raziskava možnosti uporabe generativne umetne inteligence pri interpretaciji kulturne dediščine.

Pametno upravljanje infrastrukture in trajnostna digitalizacija

1. Uvedba centralnega sistema za spremljanje poslovnih in energetskih kazalnikov v realnem času.
2. Uvedba IoT-senzorjev za spremljanje porabe energije, vode in obremenjenosti prostorov.
3. Digitalizacija energetskega menedžmenta.
4. Vzpostavitev centralizirane digitalne platforme za upravljanje vseh ključnih poslovnih procesov.
5. Digitalizacija arhivov, dokumentacije in procesov notranjega poslovanja.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Boljša uporabniška izkušnja.
- Ohranjanje visokega nivoja varnosti in odpornosti.
- Učinkovitejše upravljanje podatkov.
- Nižji obratovalni stroški.
- Manj podvajanja procesov.
- Hitrejša odločanja.
- Boljša povezanost med službami.
- Večja preglednost poslovanja.
- Večja trajnostna naravnost.
- Učinkovitejše upravljanje infrastrukture.
- Optimizacija stroškov.



5.11 Investicije

Cilj 1:

Izvajati razvojne in infrastrukturne investicije, ki bodo dolgoročno izboljšale dostopnost, trajnostno učinkovitost, funkcionalnost, varnost ter kakovost uporabniške izkušnje Ljubljanskega gradu, Grajskega griča z Grajskim vinogradom, Hostla Celica in Hiše na Stolbi, pri čemer bodo vsi posegi načrtovani in izvedeni ob spoštovanju ter ohranjanju kulturnozgodovinske vrednosti Ljubljanskega gradu.

UKREPI:

1. Priprava investicijske in projektne dokumentacije za dolgoročne razvojne projekte.
2. Dokončanje projekta obnove Bastije ter ureditev novih javnih površin.
3. Nadgradnja tirne vzpenjače z drugo kabino in posodobitvijo sistema za zagotavljanje večje zmožljivosti, trajnostne mobilnosti in kakovosti dostopa do Ljubljanskega gradu.
4. Postopna izvedba projekta Celovite ureditve Grajskega griča (CUGG) – razvoj trajnostne mobilnosti in zmanjševanje motornega prometa na Grajskem griču, ureditev podzemne infrastrukture, skladiščnih, upravnih in servisnih prostorov.
5. Energetska prenova objektov in postopen prehod na učinkovitejše energetske sisteme.
6. Ureditev tunelskih rorov ob spodnji postaji vzpenjače v center za obiskovalce in doživljajske vsebine.
7. Izgradnja pomožnega prostora v Grajskem vinogradu.
8. Vlaganja v pametno tehnično infrastrukturo, digitalne sisteme in energetske management.

9. Aktivno iskanje dodatnih virov financiranja v okviru nacionalnih in evropskih razpisov.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Izboljšana dostopnost in pretočnost obiskovalcev.
- Sodobnejša, varnejša in bolj zanesljiva infrastruktura.
- Višja energetska učinkovitost.
- Bolj trajnostno upravljanje prostora in infrastrukture.
- Zmanjšani okoljski vplivi in učinkovitejša raba virov.
- Nove javne in kulturne površine, namenjene tudi večnamenski ali dvojni rabi.
- Ohranjena kulturnozgodovinska identiteta Ljubljanskega gradu.
- Okrepljen položaj Ljubljanskega gradu kot vodilne kulturno-turistične destinacije.

5.12 Obratovanje in tekoče vzdrževanje

Cilj 1:

Zagotavljati trajnostno, varno in učinkovito upravljanje Ljubljanskega gradu kot osrednjega objekta kulturne dediščine ter drugih objektov v upravljanju, z dolgoročnim ohranjanjem njihove avtentičnosti, funkcionalnosti in visoke kakovosti uporabniške izkušnje.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Zmanjšanje obratovalnih stroškov.
- Večja energetska učinkovitost.
- Zmanjšanje nepredvidenih okvar.
- Podaljšanje življenjske dobe objektov in opreme.
- Izboljšana varnost obiskovalcev in zaposlenih.
- Večja kakovost uporabniške izkušnje.
- Učinkovitejše upravljanje vseh objektov v upravljanju zavoda.

UKREPI:

1. Vzpostavitev sistematičnega preventivnega vzdrževanja objektov, naprav in zunanjih površin.
2. Uvedba digitalnega sistema za spremljanje in upravljanje vzdrževanja.
3. Izvajanje energetskega monitoringa in optimizacije porabe energije ter vode.
4. Nadgradnja centralnonadzornih sistemov (CNS).
5. Izboljšanje energetske učinkovitosti ogrevanja, hlajenja in prezračevanja.
6. Redno spremljanje stanja kulturnovarstveno pomembnih elementov.
7. Nadgradnja sistemov tehnične, požarne in fizične varnosti.
8. Uporaba trajnostnih materialov in načel krožnega gospodarstva pri vzdrževanju.
9. Sodelovanje pri trajnostnem urejanju Grajskega griča, zelenih površin, poti in zunanje infrastrukture.
10. Razvoj infrastrukture za trajnostno mobilnost (kolesa, električne polnilnice, alternativni prevozi).
11. Priprava kriznih in odzivnih načrtov za primere izrednih dogodkov.
12. Vzpostavitev sistema kazalnikov za spremljanje učinkovitosti obratovanja, vzdrževanja in razvoja infrastrukture.

5.13 Investicijsko vzdrževanje

Cilj 1:

S sistematičnim investicijskim vzdrževanjem zagotavljati dolgoročno ohranjanje kulturne dediščine, odpornost infrastrukture ter visoko funkcionalnost vseh upravljanjih objektov.

UKREPI:

1. Izvajanje dolgoročnega načrta investicijskega vzdrževanja po prioritetah.
2. Postopna sanacija streh, fasad, obzidij in konstrukcijskih elementov.
3. Prenova elektro, strojnih in komunikacijskih sistemov.
4. Sanacija in posodobitev notranjih prostorov, dvoran in povezovalnih hodnikov.
5. Energetske sanacije in prehod na učinkovitejše energetske sisteme.
6. Nadzorovanje vlage ter ureditev odvodnjavanja in hidro izolacijskih sistemov.
7. Nadgradnja sistemov nadzora dostopa, video nadzora in požarne zaščite.
8. Zaščita in utrjevanje skalnih ter drugih zunanjih površin.
9. Redni strokovni pregledi objektov in digitalno evidentiranje stanja infrastrukture.
10. Usklajevanje vseh posegov s smernicami varovanja kulturne dediščine.
11. Priprava projektne dokumentacije za fazno izvajanje večjih obnovitvenih posegov.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Dolgoročno ohranjanje kulturne dediščine.
- Trajnostno ohranjanje vrednosti celovito revitaliziranega objekta.
- Večja varnost objektov in uporabnikov.
- Večja energetska in obratovalna učinkovitost.
- Izboljšana odpornost infrastrukture na podnebne vplive.
- Učinkovitejše načrtovanje prihodnjih vlaganj.
- Večja kakovost in funkcionalnost grajskih objektov ter infrastrukture.



5.14 Upravljanje in razvoj človeških virov

Cilj 1:

Nadgradnja in optimizacija organizacijske strukture ter vzpostavitev sodobnih delovnih mest zavoda.

UKREPI:

1. Pregled trenutnega stanja organizacijske strukture (sistemizacije delovnih mest) in delovnih nalog delovnih mest s pomočjo zunanjega strokovnjaka.
2. Priprava nove sistemizacije delovnih mest, ki bo odsev trenutnega stanja in organizacijsko prilagodljiva zaradi hitro spreminjajočih se razmer v prihodnosti.
3. Sodobna delovna mesta z delovnimi nalogami, usmerjenimi v prihodnost in prilagojenimi večgeneracijski delovni sili.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Optimizacija in učinkovito upravljanje delovnih procesov.
- Prilagodljivost na večgeneracijsko delovno silo.
- Sodobna delovna mesta, ki bodo pripomogla k pridobivanju novega kadra.
- Učinkovito opravljanje delovnih nalog zaradi optimizacije delovnih procesov.

Cilj 2:

Krepitev ugleda in prepoznavnosti (blagovne znamke) zavoda kot »odličnega delodajalca« za vse generacije ter ustvarjanje privlačnega delovnega okolja.

UKREPI:

1. Predstavitve javnega zavoda kot »delodajalca izbire«, pri katerem se spodbuja inovativno in proaktivno javno službo ter raznolike dejavnosti, ki prispevajo k

osebni in poslovni rasti vsakega zaposlenega.

2. Predstavitve avtentične zgodbe naših zaposlenih, ki prepričajo, zakaj delati v zavodu (objave na družabnih omrežjih, spletni strani ipd., s poudarkom na kulturi, vrednotah in smislu dela – privlačnost vsebine dela).
3. Vzpostavitev baze potencialnih kandidatov (predselekcija s pomočjo umetne inteligence, avtomatizacija komunikacije, uporaba platform kot npr. LinkedIn) ter prepoznava talentov iz bazena študentov, ki že opravljajo delo v zavodu.
4. Prizadevanje za ohranitev prijaznega delovnega okolja, izvedba promocije zdravja na delovnem mestu, strokovnih izobraževanja, trajnostno naravnani in družbeno odgovoren delodajalec ipd.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Pridobitev mladih kadrov, ki si želijo delati na področju kulture, turizma.
- Vzpostavitev vključujoče organizacijske kulture in klime.
- Inovativno ustvarjanje vsebin za doseganje ciljev prihodnosti zavoda.
- Zadovoljni in ponosni zaposleni.

Cilj 3:

Oblikovanje sistema prepoznavne in razvoja talentov – nasledstev in učinkovito upravljanje z večgeneracijsko delovno silo

UKREPI:

1. Prepoznavna kompetenc in veščin, ki jih zavod potrebuje zdaj in v prihodnosti za doseganje ciljev.
2. Razvoj veščin in nenehno, vseživljenjsko učenje, usmerjeno usposabljanje.
3. Učinkovito ravnanje s kadri za zagotavljanje pravih ljudi na pravih delovnih mestih (s pomočjo napredne HRM-analitike prepoznavna kompetenc in priložnosti



za prekvalifikacijo, notranjo mobilnost zaposlenih (horizontalno/vertikalno) in razvoj multikompetenčnih zaposlenih).

4. Oblikovanje pristopov in ravnanja za medgeneracijsko sodelovanje zaposlenih z namenom učinkovitega upravljanja z večgeneracijsko delovno silo.
5. Spodbujanje vseživljenjskega učenja za poklicni, strokovni in osebni razvoj posameznika, ki pripomore k razvoju in uspehu organizacije kot celote.
6. Medgeneracijsko učenje in predajanje znanj.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Izobraženi in zadovoljni kadri, ki so medsebojno solidarni in povezani.
- Poklicni, strokovni in osebni razvoj zaposlenih.
- Boljša povezanost med zaposlenimi in motivacija za proaktivno opravljanje delovnih nalog.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Povezana, motivirana in ponosna ekipa, ki razume skupno poslanstvo.
- Vključujoče delovno okolje, ki zagotavlja zadovoljstvo na delovnem mestu.
- Skupni vrednote in cilji.

Cilj 4:

Gradnja organizacijske klime in kulture zavoda

UKREPI:

1. Proaktivno, transparentno in inovativno vodenje zaposlenih.
2. Kultura, usmerjena v izgradnjo in ohranjanje vrednot zavoda.
3. Spodbujanje zaposlenih k aktivnemu in inovativnemu razmišljanju in ukrepanju.
4. Razvijanje in skrb za uspešne, zavzete, predane in motivirane zaposlene, katerih vrednote se skladajo z vrednotami zavoda.
5. Celostna skrb za zdravje in dobro počutje zaposlenih v smislu dolgoročne naložbe za uspešnost zavoda.



5.15 Poslovno-finančna dejavnost

Cilj 1:

Stroškovna odgovornost ter stabilno in pozitivno poslovanje, usklajeno z zakonodajo in ustanoviteljico Mestno občino Ljubljana.

UKREPI:

1. Ažurno potrjevanje dokumentov s strani posameznih služb in pravilno evidentiranje.
2. Redno medletno spremljanje poslovnih rezultatov in načrtovanje denarnega toka na podlagi ažuriranih podatkov.
3. Sprotna primerjava realizacije in načrta ter pravočasno ukrepanje v primerih morebitnih odstopanj.
4. Optimiziranje delovnih procesov z implementacijo novih digitalnih rešitev ter uporabo umetne inteligence.
5. Redno spremljanje in upoštevanje zakonodaje, ki se nanaša na poslovanje zavoda.
6. Usklajevanje finančnih tokov med službami znotraj zavoda in z ustanoviteljico Mestno občino Ljubljana.

PRIČAKOVANI UČINKI:

- Stabilen finančni položaj zavoda, kar omogoča ohranjanje tekoče likvidnosti in pozitivno poslovanje.
- Učinkovitejša in optimizirana izvedba delovnih procesov.



Pripravili:
Sodelavci javnega zavoda Ljubljanski grad

Odgovorna oseba:
Mateja Avbelj Valentan
Direktorica

Junij 2026



Uporabljene fotografije:

Miha Mally, Blaž Žnidarič, Jošt Gantar, Matevž Kremžar, Miha Intihar,
Shutterstock: Belus UAB in arhiv Javnega zavoda Ljubljanski grad.



Ustanoviteljica
Mestna občina
Ljubljana



