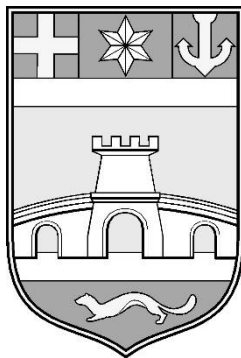


REPUBLIKA HRVATSKA
OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA
SKUPŠTINA

Materijal za sjednicu



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU
PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE
OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE
ZA 2025. GODINU**

*Materijal pripremljen u
Turističkoj zajednici
Osječko-baranjske županije*

Osijek, svibnja 2026.



REPUBLIKA HRVATSKA
OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA
ŽUPANICA

KLASA: 334-01/26-01/2
URBROJ: 2158-02-26-3
Osijek, 26. svibnja 2026.



Temeljem članka 55a. stavak 2. točka 4. Statuta Osječko-baranjske županije ("Županijski glasnik" broj 2/95., 2/97., 3/99., 3/01., 8/01., 9/03., 13/05., 2/06., 5/09., 16/09., 2/13., 4/18., 2/20., 2/21. i 2/25.), Županica Osječko-baranjske županije donijela je 26. svibnja 2026. godine

Z A K L J U Č A K

**povodom razmatranja Izvješća o izvršenju
Programa rada Turističke zajednice
Osječko-baranjske županije
za 2025. godinu**

Županica predlaže Skupštini da razmotri i prihvati Izvješće o izvršenju Programa rada Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2025. godinu, koje je pripremila Turistička zajednica Osječko-baranjske županije.

ŽUPANICA
Nataša Tramišak, mag. iur.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE
TURISTIČKO VIJEĆE**

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE ZA 2025.
GODINU**

Materijal pripremila:



**TURISTIČKA ZAJEDNICA
OSJEČKO-BARANJSKE
ŽUPANIJE**

Osijek, ožujak 2026.

UVOD

Stanje u turizmu Osječko-baranjske županije

Tablica 1. prikazuje podatke o ukupnom broju noćenja u razdoblju od 2016., od kada je uveden sustav eVisitor, do 2025. godine. Iz predloženih podataka vidljiv je konstantan rast noćenja do 2020. godine kada slijedom pandemije uzrokovane virusom COVID-19 globalno dolazi do drastičnog pada turističkih aktivnosti. Postepeni oporavak sektora počeo je u 2021. koji je doveo do potpunog oporavka u 2022. i novih rekorda postavljenih tijekom 2023. i 2024. U 2025. godini na području OBŽ ostvareno je čak **15,61% više noćenja i 12,47% više dolazaka** u odnosu na prethodnu 2024. godinu, što znači da je 2025. nova rekordna godina. Ostvareno je 158.983 dolazaka i 330.286 noćenja, odnosno po prvi puta je ostvareno više od 300.000 noćenja. I dalje je primarni gost destinacije domaći posjetitelj (64,74%).

Tablica 1. – Noćenja u Osječko-baranjskoj županiji u razdoblju 2016. – 2025.

Godina	Noćenja-ukupno
2016.	178.826
2017.	188.562
2018.	202.287
2019.	234.121
2020.	119.298
2021.	180.734
2022.	240.401
2023.	272.373
2024.	285.682
2025.	330.286

Tablica 2. – Dolasci i noćenja u Osječko-baranjskoj županiji po lokalnim turističkim zajednicama - 2025./2024. g.

	1.1.2025.-31.12.2025.		1.1.2024.-31.12.2024.	
Turistička zajednica grada/općine	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
TZ - Osijek	87.354	183.105	81.888	161.013
TZ - Osječko-baranjske županije	20.285	34.994	11.807	20.973
TZ - Đakovo	13.753	28.155	11.955	24.164
TZ - Baranja	13.172	22.592	14.365	25.697
TZ - Našice	6.103	14.231	5.609	13.648
TZ - Bilje	8.086	14.045	7.659	13.311
TZ - Bizovac	2.897	12.334	2.567	10.138
TZ - Valpovo	2.998	8.473	2.420	7.679
TZ - Beliše	1.149	4.604	745	2.890
TZ - Draž	1.400	3.518	955	2.541
TZ - Erdut	1.093	2.939	689	2.172
TZ - Donji Miholjac	688	1.288	701	1.456
UKUPNO	158.983	330.286	141.360	285.682

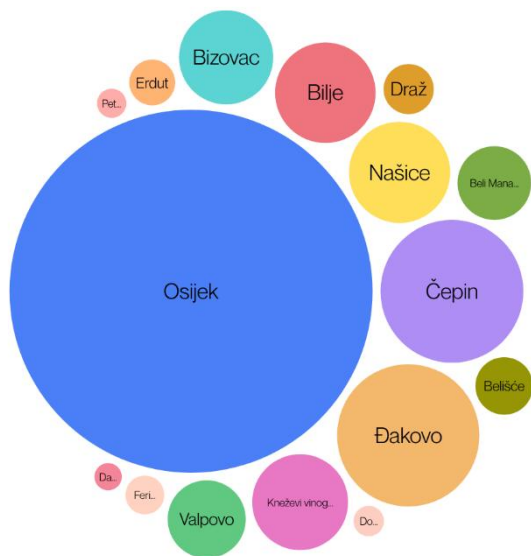
U tablici 2. prikazana je struktura dolazaka i noćenja po lokalnim turističkim zajednicama tj. po mjestima ostvarenja. U ukupnoj strukturi noćenja više od **polovine noćenja (55,44%) ostvarilo se u Osijeku**, u cijeloj destinaciji **Baranja** (3 turističke zajednice-Baranja, Bilje, Draž) ostvarilo se 12,16% noćenja, zatim slijedi područje Osječko-baranjske županije bez turističke zajednice s 10,59% te Đakovo s 8,52%. Ako usporedimo brojke s prethodnom godinom, od većih turističkih zajednica ističe se područje pod nadležnosti Turističke zajednice Osječko-baranjske županije gdje su ostvareni rezultati noćenja bolji za 67%, a dolazaka za 72%, što je direktna posljedica ulaganja u veće smještajne kapacitete poput Hotela Materra, kao i jačeg turističkog usmjeravanja Bizovačkih toplica. Što se tiče porasta noćenja, Osijek ima 14% više noćenja i 6% više dolazaka u odnosu na 2024., Đakovo bilježi 16% više noćenja i 15% više dolazaka, a izdvojimo još porast u noćenjima Belišća 59%, Draža 37%, Erduta 35%, Bizovca 22%, Valpovo 10%, Bilje 5% te Našice 4%.

Tablica 3. Dolasci i noćenja (domaći / strani) u 2025. i 2024. godini

	1.1.2025.-31.12.2025.		1.1.2024.-31.12.2024.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	102.933	188.178	88.614	160.996
Strani	56.050	142.108	52.746	124.686
Ukupno	158.983	330.286	141.360	285.682

Prema podacima eVisitora na području Osječko-baranjske županije od 1. siječnja do 31. prosinca 2025. u Osječko-baranjskoj županiji noćenja domaćih gostiju porasla su za 16,88%, dolasci za 16,16%, dok su strani gosti ostvarili rast noćenja za 13,97%, a rast dolazaka za 6,26%. Sve kategorije su u porastu što je odličan podatak jer broj noćenja stranih gostiju često ovisi i broju međunarodnih sportskih manifestacija koji se održavaju na istoku Hrvatske.

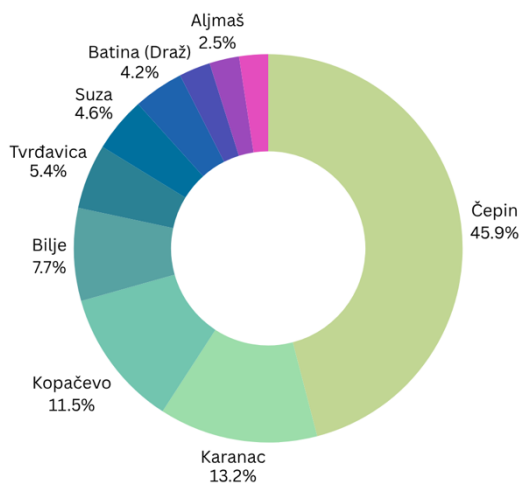
Ako promatramo noćenja u 2025. godini po gradovima i općinama nakon Osijeka najviše noćenja ostvaruje općina Čepin koja uz gradove Đakovo i Našice, općine Bilje i Kneževi Vinogradi te Bizovac ostvaruje više od 10.000 noćenja. Zatim slijede gradovi Valpovo, Beli Manastir i Belišće te općine Draž, Erdut, Feričanci, grad Donji Miholjac te općine Petrijevci i Darda. Osijek ima šest puta više noćenja od Čepina i Đakova, koji su pak dvostruko jači od Našice i Bilje. Veliki porast broja noćenja i dolazaka u Čepinu uslijed otvaranja novog hotela rezultirao je padom Đakova na treće mjesto, a ova zanimljiva usporedba nastaviti će se i idućih godina jer je u oba naselja planirano otvaranje novih hotela i kongresnih centara. Prosječna duljina boravka također daje naslutiti o kakvoj vrsti turizma se radi. Po tom parametru prednjače Bizovac (4,26 dana) te Belišće (4,01). Bizovac kao destinacija lječilišnog turizma dok Belišće kao industrijsko naselje. Zanimljivo je kako upravo Čepin ima najmanje prosječno zadržavanje gostiju (1,61) što pokazuje da gosti ili dolaze na wellness vikend ili na poslovna putovanja.



Tablica 4. Općine i gradovi s više od 1.000 ostvarenih noćenja u 2025. godini

Grad/općina	Broj noćenja	Broj dolazaka	Prosječna duljina boravka
Osijek	183.105	87.354	2,10
Čepin	28.355	17.577	1,61
Đakovo	28.155	13.753	2,05
Našice	14.231	6.103	2,33
Bilje	14.045	8.086	1,74
Kneževi Vinogradi	12.784	8.129	1,57
Bizovac	12.334	2.897	4,26
Valpovo	8.473	2.998	2,83
Beli Manastir	7.557	4.259	1,77
Belišće	4.604	1.149	4,01
Draž	3.518	1.400	2,51
Erdut	2.939	1.093	2,69
Feričanci	2.099	795	2,64
Donji Miholjac	1.288	688	1,87
Petrijevci	1.192	641	1,86
Darda	1.036	370	2,80

Tablica 5. – TOP 10 ruralnih naselja po broju noćenja u 2025. godini



Naselje	Broj noćenja	Broj dolazaka
Čepin	28.355	17.577
Karanac	8.148	5.248
Kopačevo	7.090	4.715
Bilje	4.763	2.167
Tvrđavica	3.332	2.067
Suza	2.824	1.893
Batina (Draž)	2.580	990
Lug	1.614	900
Aljmaš	1.526	606
Feričanci	1.485	502

Ukoliko razinu spustimo na naselja, nakon najvećih gradova (Osijek, Đakovo) od ruralnih naselja daleko najviše noćenja ima Čepin, zatim Karanac, Kopačevo, Bilje, Tvrđavica i Suza. Čepin je zbog Hotela Materra porastao u noćenjima za čak 70% i prestigao sva druga ruralna naselja. Slijede već redovni predvodnici baranjskog turizma, Karanac i Kopačevo. Sedam od deset ruralnih naselja s najviše noćenja geografski se nalazi na području Baranje, što se podudara i s kapacitetom smještaja.

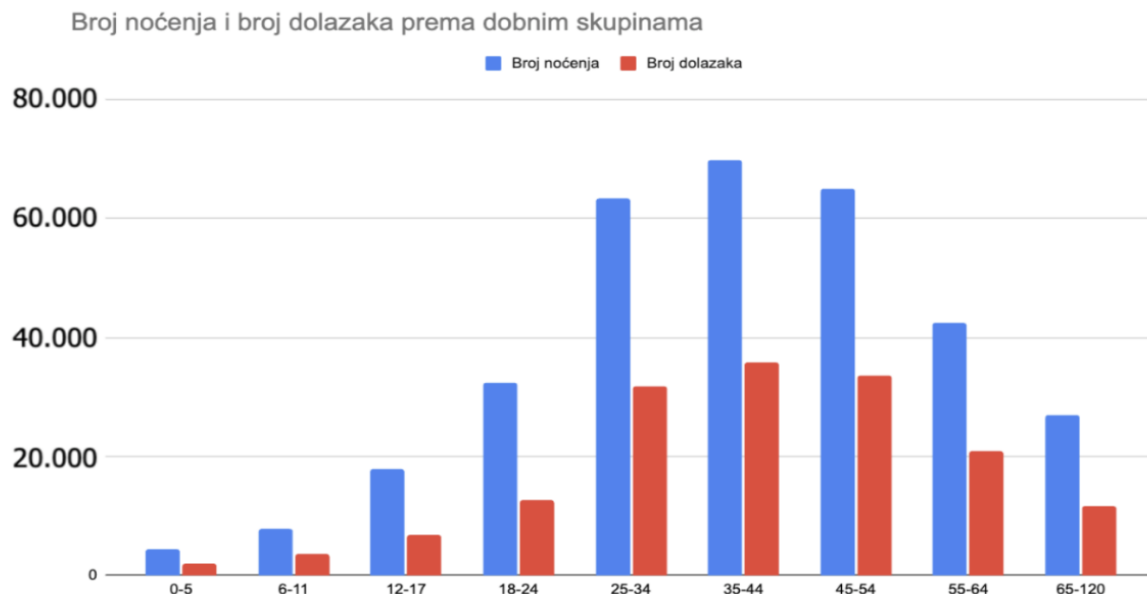
	1.1.2025.-31.12.2025.		1.1.2024.-31.12.2024.		
Država	Noćenja	Dolasci	Država	Noćenja	Dolasci
Hrvatska	188.178	102.933	Hrvatska	160.996	88.614
Njemačka	18.512	6.083	Njemačka	17.447	5.807
Srbija	10.168	5.308	Srbija	9.463	4.583
Mađarska	9.777	5.734	Mađarska	9.061	5.105
Bosna i Hercegovina	8.393	4.787	Bosna i Hercegovina	8.257	4.245
Poljska	7.552	2.814	Slovenija	7.587	4.357
Slovenija	7.269	4.005	Poljska	6.396	3.404
Ukrajina	6.347	962	Austrija	5.703	2.628
Austrija	5.959	2.605	SAD	5.562	2.790
SAD	5.596	2.651	Italija	3.660	1.707

Tablica 6. – TOP 10 zemalja po noćenjima i dolascima, usporedba 2025. i 2024. godine

Iako je broj domaćih gostiju i dalje velik, struktura gostiju po zemljama ipak se polako mijenja. I dalje **domaći gosti** čine **64,74% dolazaka** i **56,97% noćenja**, a od stranih gostiju najzastupljeniji su po broju noćenja gosti iz **Njemačke** sa 5,60%, **Srbije** 3,08%, **Mađarske** 2,96%, **Bosne i Hercegovine** 2,54%, **Poljske** 2,29%, **Slovenije** 2,20%, **Ukrajine** 1,92%, **Austrije** 1,64%, **SAD** 1.69% te ostali. U odnosu na 2024. godinu posebno se ističe porast u noćenjima gostiju iz Poljske od 18,07%, Mađarske od 7,90%, Srbije od 7,45%, Njemačke od 6,10 %. Važno je napomenuti i da se povećanje ulaganja u promotivne kampanje promocije destinacije u zemljama u okruženju realizirane od 2022. do 2025. godine od strane TZ OBŽ jednim dijelom reflektira u povećanju broja noćenja na ciljanim tržištima.

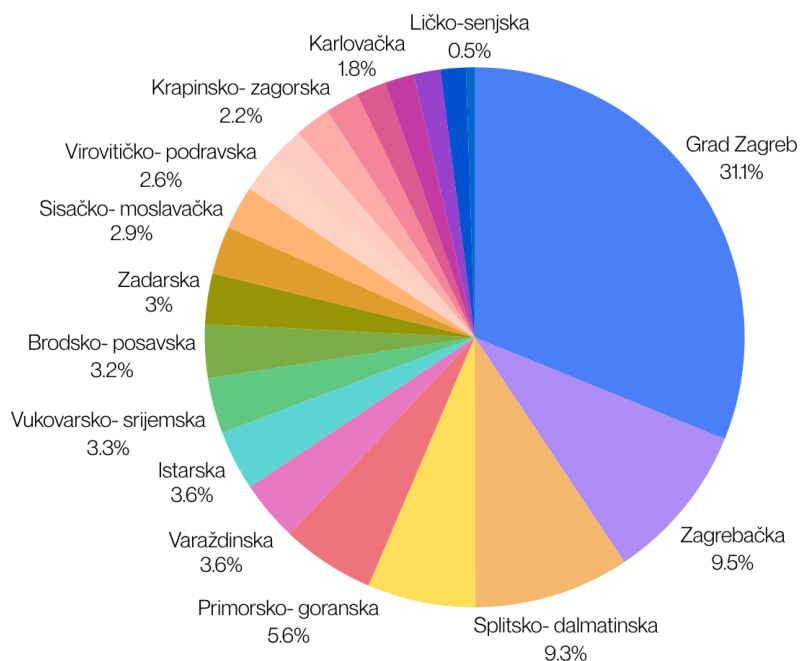
OBŽ je na domaćem tržištu sve više prepoznata kao destinacija kvalitetne i raznolike ponude, dok na stranim tržištima treba napraviti veće iskorake za koja su potrebna puno veća ulaganja u promociju. Posebno treba napraviti iskorake u regiji, odnosno susjednim zemljama (Mađarska, Srbija, BiH, Slovenija). Broj gostiju iz Poljske, koji su od 2022. godine po noćenjima bili odmah iza zemalja regije, i dalje raste tako da su ostvarili veliki porast od 18,07% u odnosu na 2024. godinu. Gosti se najčešće na putu za more zadržavaju u Baranji gdje prosječno borave 2 noći. Dio gostiju se čak vraća i više puta godišnje.

Kad je riječ o dobnim skupinama, destinaciju uglavnom posjećuju gosti od 18 do 64 godine, a ovisno o proizvodima i druge skupine. Glavni motivi dolaska vezani su uz ono što destinacija nudi, a to je enogastronomija, „city break“, kultura, ruralni turizam i aktivni odmor u prirodi. Navedeni kontingent zrelog stanovništva (18-64) ostvari preko 80% noćenja. Dobni kontingent koji najviše dominira je zrelo stanovništvo od 35-44 godine, zatim 45-54 te 25-34 godina. Više je gostiju 55-64 godine nego 18-24 te također 65-120 više od 12-17 što prikazuje da destinacija ima prostor za iskorak u segmentu obiteljskog turizma i segmenta mladih. Promatrajući kroz spol, **udio muških turista iznosi 61,06%** odnosno na žensku populaciju odnosi se nešto više od trećine ostvarenih noćenja.



Što se tiče domaćih gostiju najviše noćenja je ostvareno iz **Grada Zagreba** (29,46 %), **Zagrebačke** (10,42%), **Splitsko-dalmatinske** (8,22%) te **Primorsko-goranske** (6,33%) te **Primorsko-goranske** (5,83%). U odnosu na 2024. godinu broj noćenja iz Zadarske županije porastao je za 36,36%, onih iz Varaždinske županije za 32,89%, a iz Vukovarsko-srijemske za 29,84%. Kako su hrvatske županije različite veličine usporedit ćemo broj turista s brojem stanovnika županije iz koje dolaze (prema popisu iz 2021.). Prema izračunatoj stopi na 1000 stanovnika najviše turista došlo je iz Grada Zagreba (44,08 turista na 1.000 stanovnika), Zagrebačke županije (32), Varaždinske (20,74 Primorsko-goranske (18,9), Splitsko-dalmatinske (18,8) te Vukovarsko-srijemske županije (18,06).

Domaći gosti prosječno se zadrže **1,83**, dok **strani** **2,54** dana, gledajući skupno prosjek je **2,08 dana**. Gosti iz Zagreba zadrže se 1,69 dana, dok iz udaljenijih krajeva zadržavaju se duže: Dubrovačko-neretvanska 2,15, Istarska 2,11, Splitsko-dalmatinska 2,08, te Ličko-senjska i Virovitičko-podravka 2,01 dana. Od vodećih stranih zemalja, Ukrajinci se zadržavaju 6,60 dana, Nijemci 3,04 dana, Poljaci 2,68 dana i Talijani 2,14 dana.

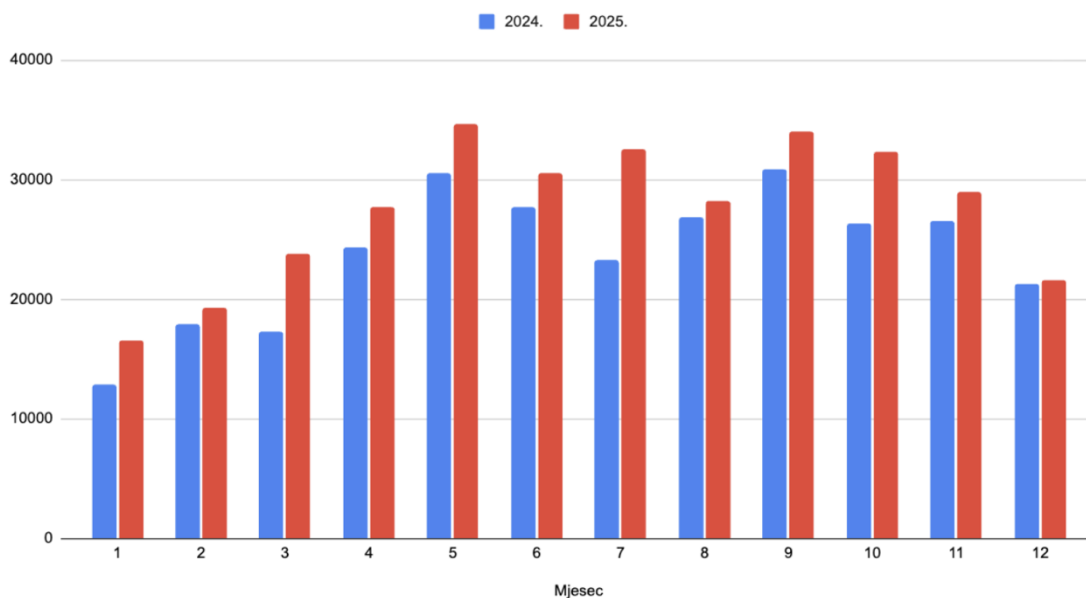


Tablica 7. – Broj dolazaka i noćenja turista iz hrvatskih županija 2025.

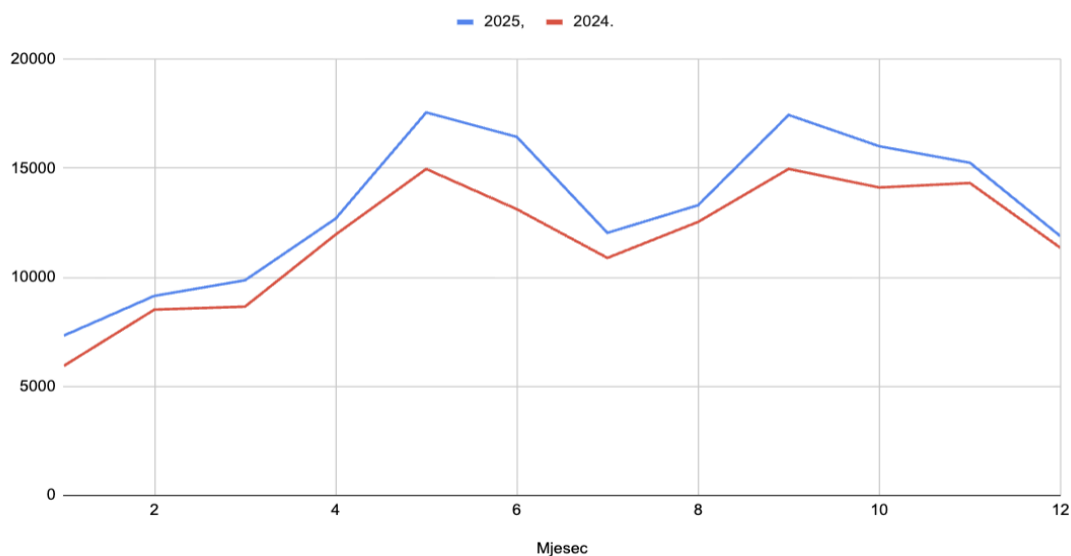
Županija	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolasci	Udio noćenja	Prosječno trajanje boravka
Grad Zagreb	34.761	58.611	34.827	33,77%	31,15%	1,69
Zagrebačka	10.134	17.880	10.160	9,85%	9,50%	1,76
Splitsko-dalmatinska	8.456	17.552	8.549	8,22%	9,33%	2,08
Osječko-baranjska	6.436	12.157	6.476	6,25%	6,46%	1,89
Primorsko-goranska	5.560	10.503	5.599	5,40%	5,58%	1,89
Varaždinska	3.641	6.832	3.651	3,54%	3,63%	1,88
Istarska	3.213	6.783	3.229	3,12%	3,60%	2,11
Vukovarsko-srijemska	3.216	6.252	3.242	3,12%	3,32%	1,94
Brodsko-posavska	3.104	6.012	3.143	3,02%	3,19%	1,94
Zadarska	2.944	5.700	2.946	2,86%	3,03%	1,94
Sisačko-moslavačka	2.754	5.443	2.788	2,68%	2,89%	1,98
Virovitičko-podravska	2.425	4.886	2.433	2,36%	2,60%	2,01
Koprivničko-križevačka	2.288	4.149	2.292	2,22%	2,20%	1,81
Krapinsko-zagorska	2.348	4.095	2.354	2,28%	2,18%	1,74
Dubrovačko-neretvanska	1.880	4.045	1.905	1,83%	2,15%	2,15
Bjelovarsko-bilogorska	2.211	3.766	2.217	2,15%	2,00%	1,70
Karlovačka	1.908	3.383	1.916	1,85%	1,80%	1,77
Međimurska	1.884	3.299	1.886	1,83%	1,75%	1,75
Šibensko-kninska	1.538	3.002	1.539	1,49%	1,60%	1,95
Požeško-slavonska	1.751	2.860	1.763	1,70%	1,52%	1,63
Ličko-senjska	481	968	483	0,47%	0,51%	2,01
Ukupno:	102.933	188.178	103.398	100,00%	100,00%	1,83

Najveći broj noćenja ostvario se u **svibnju** (34.665 noćenja), **rujnu** (34.012), **srpnju** (32.561), **listopadu** (32.363), **lipnju** (30.583), **studenom** (28.952) i **kolovožu** (28.252). Iz navedenog vidimo da se prijašnja sezona iz jeseni i proljeća postojano mijenja u **proljeće, ljeto i jesen**, odnosno od travnja do studenog. Dok se u 2024. godini više od 30.000 noćenja ostvarilo samo u svibnju i rujnu, u 2025. to se dogodilo i u srpnju, listopadu i lipnju. Prate velike brojke studenog i kolovoza. U odnosu na 2024. godinu najviše su porasli srpanj (39,67%), ožujak (37,35%), siječanj (28,58%) te listopad (23%). Prikazi broja dolazaka po mjesecima pokazuju kako su svi mjeseci ostvarili rast dolazaka u 2025. godini u odnosu na 2024. Ako promatramo ostvarena noćenja po kvartalima uviđamo kako je destinacija Slavonije i Baranje zaista cjelogodišnja destinacija u kojoj jača ljetni i zimski period godine (I. kvartal 16,4%, II. 34,5%, III. 26,2%, IV. 22,9%).

Broj noćenja po mjesecima

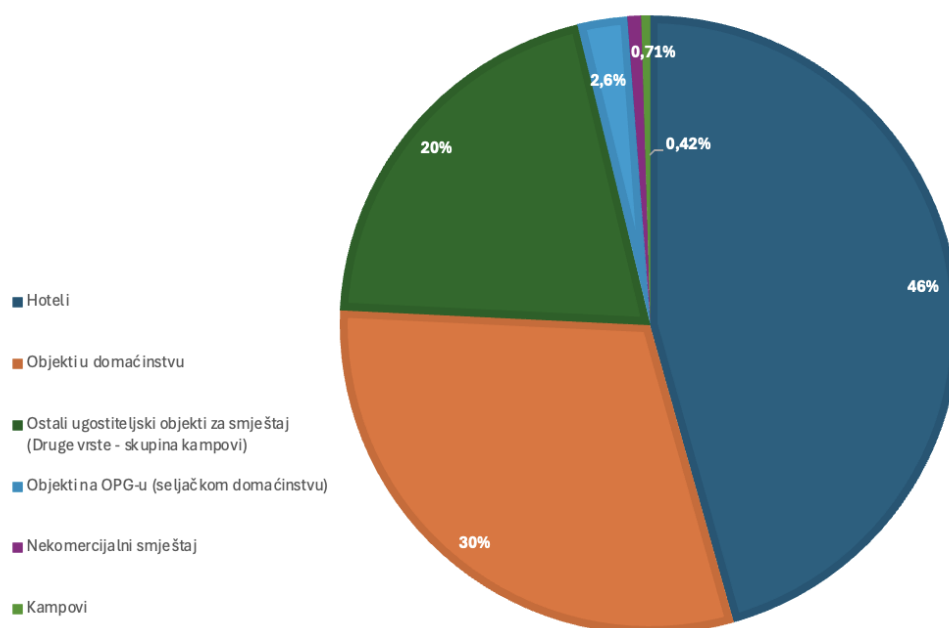


Broj dolazaka turista u 2025. i 2024.



Na kraju 2025. godine na području Osječko-baranjske županije nalazio se **893 objekt** s 3.332 smještajnih jedinica i **7.530 kreveta**. Broj objekata u odnosu na prethodnu godinu povećan je za 2%, dok je **broj kreveta porastao za 5%**. Prosječna **popunjenost** objekata iznosila je **12,02%** (2024. je bilo 10,8%), dok je kod **hotela** ona iznosila **31,51%** (2024. 29,6%), a najveću popunjenost imali su apartmani s 5 zvjezdica - 40,9%, hoteli s 4 zvjezdice - 32,55% te hoteli s 3 zvjezdice – 30,76%. Popunjenost **hotela u Osijeku** iznosila je **39,4%**.

BROJ NOĆENJA PO VRSTAMA OBJEKTA



Gotovo polovina noćenja ostvarena je u **hotelima (45,63%)**, zatim slijede **objekti u domaćinstvu (30,14%)**, **ostali ugostiteljski smještaj (20,5%)** te objekti na **OPG-u (2,6%)**. Kad analiziramo turistički promet po organizaciji dolaska, i dalje velika **većina noćenja** ostvari se **individualno (87,61%)**, a **svega 12,4% agencijski** no trend povećanja agencijskih gostiju je vidljiv (prošle godine 9,6% agencijskih). Udio agencijskih gostiju **veći je kod stranih turista (14,3 %)**.

Što se tiče riječnog krizinga, tijekom 2025. godine u Aljmašu, Batini i Osijeku pristalo je ukupno **103 kruzera s 12.194 putnika** što je porast broja putnika u odnosu na prošlu godinu od **15%**, uz **porast** broja pristajanja od 10%. I dalje su brojke manje nego rekordne pred korona 2019. godine kada je pristalo 167 kruzera s više od 20.000 putnika. **Najviše kruzera** pristalo je na putničkom pristaništu **Aljmaš** (94 – 13.014 putnika), zatim Batina (6 – 648 putnika) te Osijek (3 – 385 putnika). Aljmaš je u odnosu na prošlu godinu ostvario 70% više pristajanja i putnika dok su Osijek i Batina u padu. Za putničko pristanište Aljmaš u 2026. godini najavljena su 202 putnička broda, a za Batinu 20.

Tijekom 2025. godine nastavljena je suradnja sa Zračnom lukom Osijek u privlačenju međunarodnih letova iz Osijeka. Tako je nastavljen putnički let na liniji **Osijek-München** (Njemačka) od siječnja do kraja godine. Rezultat je to suradnje realizirane kroz model **strateškog partnerstva** Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Osječko-baranjske županije, Turističke zajednice Grada Osijeka, Zračne luke Osijek i avio prijevoznika **Croatia Airlines**. Tijekom 2023. godine uz ovaj let, uvedena je nova međunarodna linija **Osijek-London Stansted** u suradnji s irskim avio prijevoznikom

Ryanair Aktivnost je realiziran kroz sličan model **strateškog partnerstva** kao s Croatia Airlines d.o.o. Obje linije aktivne su i 2025. godine, i to Osijek-München tijekom cijele godine, a Osijek-London Stansted od 1.4. do 31.10. Prosjek popunjenosti linije Osijek-München iznosio je 61% u dolascima te 64% u odlascima, dok je prosjek popunjenosti linije Osijek- London Stansted za 2025. iznosio 75% u dolascima te 79,5% u odlascima. **Javni prijevoz** ne prati kvalitetom druge investicije, a to se prije svega odnosi na željeznicu, kako broj linija i brzini prijevoza prema Slavoniji, tako i u smislu kretanja po destinaciji, posebno ruralnim dijelovima.

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

STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE

Predviđanja za 2025. godinu pokazala su se opravdanim u smislu očekivanog nastavka rasta destinacije u smislu povećanja broja noćenja i dolazaka domaćih i stranih gostiju. Podaci ukazuju na povratak trenda rasta, no i manjih promjena u strukturi stranih gostiju. Tako slijedom rasta od 15,61% više noćenja i 12,47% više dolazaka, 2025. godina postaje **nova rekordna godina**, koja pokazuje i dinamiku rasta gostiju iz zemalja u okruženju te tranzitnih gostiju iz inozemstva tijekom ljetne sezone. Noćenja domaćih gostiju porasla su 16,88%. Bilježi se sve veći broj zahtjeva za smještaj tijekom radnog tjedna u većim smještajnim kapacitetima kojih nedostaje na razini cijele destinacije. Istovremeno sve je veći broj investicija u hotelski smještaj, što će uskoro rezultirati većim brojem dijela potrebnih kapaciteta. Brojne **investicije** u javnu turističku i gospodarsku infrastrukturu, poput projekata obnove dvoraca, osječke Tvrđe, izgradnje suvremenih struktura poput Gospodarskog centra Osijek, projekata izgradnje sportske i rekreativne infrastrukture, IT zone, nogometnog stadiona NK Osijeka (Opus Arena) i sličnih investicija direktno utječe na rast ukupne konkurentnosti Osječko-baranjske županije kao odredišta poslovnog i odmorišnog turizma.

Strateški i operativni ciljevi Turističke zajednice Osječko-baranjske županije

Od 1.1.-31.12. 2025. na području Osječko-baranjske županije ostvarilo se 330.286 noćenja te 158.983 dolazaka. U odnosu na 2024. godinu dolasci su rasli 12,47%, a noćenja 15,61%. To pozicionira 2025. godinu kao rekordnu, jer je već razdoblje od 2022. do 2024. godine pokazalo bolje rezultate u odnosu na razdoblje uoči izbijanja svjetske krize povezane s virusom COVID-19. Stoga možemo zaključiti da je tijekom protekle godine dalje povećana ukupna **konkurentnost destinacije** na ciljanim tržištima, od kojih je primarno domaće tržište, iako je 2024. pokazala veći interes i boravak stranih gostiju tijekom ljetnih mjeseci. Tijekom 2025. godine TZ OBŽ nastavila je ulagati u **promociju i komunikacijske aktivnosti** čime je nastavljen proces povećanja vidljivosti destinacije te posljedično **povećanje broja noćenja** u odnosu na rekordnu 2024. godinu. Kad je riječ o povećanju broja noćenja stranih gostiju, ulaganja u komunikacijske aktivnosti u pograničnoj regiji Mađarske rezultirala su povećanim brojem dolazaka i noćenja s tog tržišta. Također povećana je **razina ponude usluga**, kroz ulaganja u smještajne kapacitete, kako kroz povećanje broja kreveta, tako kroz podizanje kvalitete i diverzifikacije ponude. Kroz **povećanje broja noćenja za 15,61%** u odnosu na 2024. godinu i uvođenje

novih usluga ostvareno je i povećanje prihoda od turizma što je vidljivo i kroz povećane izvorne prihode Turističke zajednice Osječko-baranjske županije. Također povećana je **međunarodna dostupnost destinacije** kroz nastavak avio leta na liniji **Osijek-München** (Croatia Airlines) i **Osijek-London Stansted** u suradnji s niskotarifnim avio prijevoznikom (Ryanair). Time je povećana ukupna konkurentnost destinacije.

Sustav **upravljanja destinacijom** je tijekom 2025. godine unaprijeđen kroz daljnji razvoj brend platforme i standardizaciju komunikacija destinacije, mikrodestinacija/turističkih zajednica i proizvoda. Nastavljen je razvoj i distribucija baze podataka namijenjene različitim korisnicima poput **Kataloga turističke ponude Osječko-baranjske županije** i ponude događanja. Također realiziran je projekt **strateškog partnerstva** između Hrvatske turističke zajednice, TZ Osječko-baranjske i TZ grada Osijeka, u partnerstvu sa Zračnom lukom Osijek, vezan uz plasman i promociju destinacije na tržištu Ujedinjenog Kraljevstva, dok je nastavljena i suradnja sa Zračnom lukom vezana uz tržište Njemačke (Bavarska).

Tijekom 2025. godine uloženi su daljnji napori u razvoj konkurentnih i diferenciranih **turističkih proizvoda**, uglavnom vezano uz unapređenje postojećih manifestacija, kao i programa koji nude učenje i razvoj vještina koje baštini destinacija namijenjenih posjetiteljima i turistima. Nadalje, TZ OBŽ partner je više jedinica lokalne samouprave na projektima koji su prijavljivani na EU pozive. Predstavnicima javnog i privatnog sektora TZ OBŽ bila je u potpunosti na raspolaganju kroz osiguravanje potrebnih podataka za daljnje investicije. Povećana je razina znanja i vještina ljudskih kapaciteta u turizmu kroz suradnju s Ugostiteljsko-turističkom školom Osijek kroz projekt i drugim dionicima.

Internet stranicu Visit Slavonija Baranja tijekom 2025. godine posjetilo je 102.352 korisnika uz prosječno angažman na stranici od 32 sekunde što je porast od 8% u odnosu na prošlu godinu. Većina korisnika je iz Hrvatske (56,86%), zatim slijede Mađarska (9,6%), SAD (8,33%), Njemačka (4,12%) i Srbija (4%). Što se tiče gradova tu prednjače korisnici iz glavnog grada Zagreba (36,3%), zatim Osijeka (5,6%), Budimpešte (3,63%), Splita (2,5%) i Beograda (2,3%). U jezicima dominiraju hrvatski (48%) i engleski jezik (33%; prošle godine svega 21%, porast), a većina korisnika pristupila je web stranici preko mobitela (70%) dok preko računala malo više od jedne petine što je povećanje u odnosu na prošlu godinu. Najposjećeniji dijelovi web stranice su bili: početna stranica, Događaji te rubrika „Vidi i doživi“, dok od članaka su to bili oni posvećeni planiranju putovanja u Slavoniji i Baranji, Vinskom maratonu, Đakovačkim bušarima te HeadOnEastu.

Facebook stranica Visit Slavonija Baranja na kraju 2025. godine imala je 21.722 pratitelja, što je porast za 3362 pratitelja u odnosu na kraj 2024., a doseg objava iznosio je 18,1 milijun (porast s 1,8 milijuna u 2024. godini). Ukupan doseg (**reach**) **objava porastao je 1000% u 2025. godini**, a visoku stopu rasta bilježi i broj interakcija (content interactions) koji je porastao jednako toliko, što je izravan rezultat objavljivanja plaćenog sadržaja. Svedeno, ističe se i velik rast organskog (neplaćenog) dosega koji je porastao za 500%, što ukazuje na kvalitetu sadržaja i porast interesa publike. Najviše pratitelja je iz Hrvatske (87,8%), Njemačke (3,5%) i Srbije (1,8%). Vodeći gradovi po broju pratitelja su Osijek (16,4%) i Zagreb (12,8%), dok je na Instagramu vodeći Zagreb (18,4%), a nakon njega Tenja (9,2%) i Osijek (14,8%). Na **Instagramu** je nešto manji broj pratitelja iz Hrvatske (79,7%). Instagram je na kraju 2025. imao 10.309 pratitelja (**povećanje od 47,73%**). Broj pratitelja povećan je za 3.331 osobu. Doseg je u usporedbi s 2024. godinom porastao za 8,2%, ali zabilježen je značajan rast interakciji sa sadržajem od čak 258%. Na obje društvene mreže dominiraju žene, dok se trećina publike odnosi na muškarce. Na Facebooku i Instagramu najdominantnija dobna skupina je 35-44.

TikTok profil @visitslavoniabaranja sustavno je vođen od 21. ožujka 2024. Tijekom 2025. profil je ostvario više od: 917 tisuća pregleda sadržaja (porast od 38% u odnosu na 2024.), 55 tisuća lajkova (porast od 61,7%). Ukupan broj pratitelja je 2,713 (2.1.2026.). Na profilu dominiraju video

sadržaji, a potom komični meme-ovi u video formatu. Sadržajno, fokus je bio na promociji događanja i lifestyle destinacije. TikTok profil privlači mlađu publiku u skupini 25-34 godine (34,1%), zatim 35-44. Ostatak pratitelja dolazi iz Njemačke, Austrije, Slovenije. 59% pratitelja su žene, 40% čine muškarci, 1% drugo.

Operativni/kratkoročni i srednjoročni ciljevi za 2025. godinu:

- ojačan sustav komuniciranja jedinstvenog privlačnog imidža destinacije kroz razvijen sustav standardizacije u okviru krovnog brend platforme HeadOnEast Croatia/Visit Slavonia Baranja i brenda Slavonija
- unaprijeđen sustav za upravljanje destinacijom kroz ulaganja u ICT rješenja, daljnja ulaganja u internet sjedište TZ OBŽ, visitslavonijabaranja.com, koje je u potpunosti usklađeno s vizualnim standardom destinacije.
- povećana razina vidljivosti destinacije na domaćem tržištu i tržištu zemalja u okruženju na službenim kanalima komunikacije: Facebook (doseg povećan za 1000% i organski doseg 500%) i Instagram (broj pratitelja povećan za 48%)
- povećan broj registriranih noćenja u registriranim smještajnim kapacitetima za 15,6% u odnosu na 2024. godinu
- povećan broj posjetitelja web stranice za 8% u odnosu na prošlu godinu

I. AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE U 2025. GODINI

U 2025. godini, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije provodila je aktivnosti i zadaće sukladno Planu i programu rada, te sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Aktivnosti predviđene programom su ostvarene u najvećem dijelu, osim manjeg dijela promotivnih aktivnosti za koje nisu bila odobrena sredstva prema inicijalnom planu. Realizirane su s druge strane nove aktivnosti u većem obimu od planiranog. TZ OBŽ je nastavila djelovati tijekom 2025. godine prema Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020., Master planu turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.), Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. Dva zadnja dokumenta izradio je Institut za turizam za Klaster Slavonija, u okviru projekta koji je financirala Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom turizma. Krajem 2025. godine izrađen je **Plan upravljanja destinacijom Osječko-baranjske županije za razdoblje 2026. – 2029.**

U nastavku izvješća nalazi se podaci o aktivnostima grupiranim po zadaćama regionalne turističke zajednice, a koje su realizirane u izvještajnom periodu.

Turistička zajednica je sukladno Zakonu djelovala u okviru propisanih zadaća regionalne destinacijske menadžment organizacije:

1. Strateško planiranje i razvoj

- 1.1. sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma
- 1.2. donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije/regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma
- 1.3. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica

1.4. sudjelovanje u procesima zakonodavstva, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije/regije radi osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma

1.5. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije/regije

1.6. suradnja s ključnim partnerima i drugim županijama/regijama te turističkim zajednicama svih razina radi razvoja ponude ključnih regionalnih i među-regionalnih turističkih proizvoda

1.7. praćenje i podupiranje kandidiranja javnih turističkih projekata na nacionalne izvore sufinanciranja i izvore sufinanciranja iz Europske unije u suradnji s ostalim županijskim/regionalnim dionicima i lokalnim turističkim zajednicama

1.8. pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije/regije.

2. Upravljanje sustavom turizma

2.1. upravljanje kvalitetom – utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije

2.2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

2.3. provođenje javnih natječaja za dodjelu potpora za manifestacije lokalnog značenja, potpora turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenim područjima te potpora projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nedovoljno razvijenim područjima u županiji/regiji

2.4. provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije/regije

2.5. nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica.

3. Informacije i istraživanja

3.1. uspostavljanje detaljne turističke statistike županije/regije koja sadrži podatke o ponudi i potražnji

3.2. sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije

3.3. provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

3.4. uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, info grafike) na razini županije/regije.

4. Marketing

4.1. odnosi s javnošću

4.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

4.3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala lokalnih turističkih zajednica

4.4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

4.5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (brending regije, *online* i *offline* aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)

4.6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na regionalnoj razini

4.7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, sa sustavom lokalnih turističkih zajednica, aktivno je pružala podršku inicijativama i projektima Ministarstva turizma i sporta te Hrvatske turističke

zajednice na terenu. TZ OBŽ je sudjelovala u realizaciji strateškog marketinškog projekta „**Hrvatski digitalni turizam**“ čiji je koordinator Hrvatska turistička zajednica, kroz izradu i dostavu višejezičnih tekstualnih materijala i medijskih materijala prema uputama HTZ-a.

Predstavnici TZ OBŽ su sudjelovali na sastancima koji su se odnosili na županijsku odnosno lokalnu razinu upravljanja resursnom osnovom koja je vezana uz sektor turizma, kulture i općenito razvoj gospodarstva i zaštitu okoliša. TZ OBŽ sudjelovala je na radionicama i sastancima vezanim uz izradu strategija, projektnih studija i drugih strateških dokumenata.

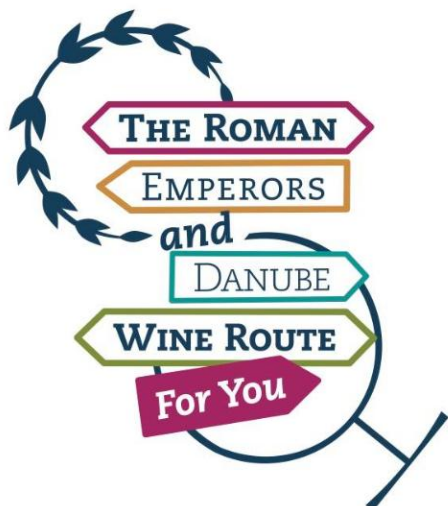
TZ OBŽ pružao je potporu prijavi sljedećih projektnih prijedloga tijekom 2025. godine:

- priprema statističkih podataka za pripremu projektne dokumentacije za **investicije privatnih dionika** u turistički sektor na području Osječko-baranjske županije,
- pružanje podrške i partnerstvo u prijavi projekta „**Romans Wine Adriatic for You (#RWA4U) – Innovation-based cooperation in the Adriatic Ionian Region**“, Poziv Interreg Adrion / nositelj Instiut za razvoj i međunarodne odnose
- pružanje podrške i partnerstvo u prijavi projekta „**Danube SynergAI – AI connecting regions and resources, Danube SynergAI**“, Poziv Interreg Dunav / nositelj Dunavski centar za kompetenciju
- druge aktivnosti vezane uz rad Partnerskog vijeća Osječko-baranjske županije i projekte Urbane aglomeracije Osijek.

TZ OBŽ je također prijavila tri projekta za sufinanciranje putem **Javnog natječaja za projekte regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu** Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent. Na natječaj objavljen od HTZ-a TZ OBŽ je prijavila sufinanciranje sljedećih projekata **Integrirani program promocije destinacije „Visit Slavonia Baranja“** (u vrijednosti od 220.000,00 €), **Head On East** (70.000,00 €) i **Strateški marketinški projekt promocije Slavonije i Baranje na tržištu Ujedinjenog Kraljevstva** u vrijednosti od 70.000,00 €. U cijelosti su odobreni svi projekti, s ukupno odobrenih **360.000,00 €**, TZ OBŽ našla se po odobrenom sufinanciranju na trećem mjestu sufinanciranja od 14 RTZ-a kroz predmetni Fond, odnosno 8,7% sredstava Fonda usmjereno je bilo prema Osječko-baranjskoj županiji.

Na natječaj Fonda za udružene turističke zajednice za 2025. godinu u ime Klastera Slavonija prijavljen je projekt **Doživi Slavoniju** te je odobreno 50.000,00 € sufinanciranja iz **Fonda za udružene turističke zajednice**. Potpora iz Fonda za udružene turističke zajednice dodijeljena je i **TZ područja Baranje** za projekt Baranja Lifestyle u vrijednosti od 130.000,00 €, dok od neformalno udruženih TZ-ova potporu su dobili **TZ grada Đakova** za projekt Razvoj i unapređenje outdoor turističkih proizvoda na području Đakovštine - aktivnosti na jezerima i ostale outdoor aktivnosti u vrijednosti 45.000,00 €, **TZ grada Našica** za projekt Čuvari vinske tradicije ostvarilo je 20.000,00 €, a **TZ općine Bilje** – Kopački rit za projekt Mjesec baranjske kuhinje neformalno udružene tri baranjske turističke zajednice 15.000,00 € sufinanciranja.

Od 1.1.2024. TZ OBŽ kao partner provodi **projekt #RomansWineDanube** – Marketinški okvir za održivi razvoj kulturnog turizma, DRP0200337, Interreg Danube Region Programme. Proračun projekta je 2.192.667,00 €, od čega je 80% sufinancirano od strane Europske unije. Projekt traje do lipnja 2026. godine, a budžet TZ OBŽ iznosi 166.720,00 €. Vodeći partner je Dunavski centar za kompetenciju iz Beograda, dok su ostali partneri Scientific Research Center Bistra Ptuj (Slovenija), Technical University in Košice (Slovačka), Media K GmbH (Njemačka), Rousse Regional Museum of History (Bugarska), Alba Iulia Municipality (Rumunjska), Zsolnay Heritage Management Nonprofit Ltd. (Mađarska), National Tourism Organisation of Montenegro (Crna Gora), National Museum “Zaječar” (Srbija), Office for European Integration of the Government of West Herzegovina Canton (Bosna i Hercegovina), Network for Regional Development Foundation (Mađarska). U 2025. godini unutar projekta izrađen je **Plan upravljanja destinacijom** Osječko-baranjske županije za razdoblje 2026.-2029., sufinanciran dio



događanja **HeadOnEast (Vinalia)**, organiziran je i predstavljen **Slow Wine Train**, kreiran je vizualni identitet novog vinski-festivalskog programa pod nazivom „**Vinalia**“. Identitet će se koristiti za potrebe organizacije tematskog vinskog programa na festivalima vina i/ili kulturno-turističkim festivalima. Naziv „**Vinalia**“ vezan je uz promociju rimskog naslijeđa koje promovira Europska kulturna ruta – Ruta rimskih careva i Dunavska vinska ruta.



Vinski mjesec Osječko - baranjske županije

- 10.5. Festival sira i vina *Valpovo*
- 17.5. **Wine&Walk Osijek**
- 17.5. **Vina Erdut Picnic&Bubbles Erdut**
- 24.5. **Večer vina i umjetnosti Osijek**
- 30–31.5. **Vinatlon Zmajevac, Baranja**
- 6.6. **Vino i tambure Draž, Baranja**
- 6.6. **Wine&Gallop Beats Feričanci**
- 7.6. **Baranja Wine&Walk Kamenac, Baranja**
- 14.6. **Fiš&Aljmaš Aljmaš**
- 20.6. **Dani otvorenih vinskih podruma Đakovačkog vinogorja Mandićevac**
- 21.6. **Bonavita & Dani otvorenih vinskih podruma Đakovačkog vinogorja Trnava**
- 4–5.7. **Večer vina i umjetnosti Osijek**

FACEBOOK
INSTAGRAM
WEBSITE

@visitslavoniabaranja
@visit.slavonija.baranja
visitslavoniabaranja.com



Najzapaženiji dio projekta svakako je bio Slow Wine Train koji je odlično medijski odjeknuo. Posebnim vinskim putovanjem Turistička zajednica Osječko-baranjske županije odlučila je **proslaviti titulu RECEVIN Dionisio Europske regije vina za 2025. godinu** i predstaviti Vinski mjesec Osječko-baranjske županije, kao i treći broj destinacijskog časopisa Via Slavonija i Baranja. Sudionici su se na spori vlak ukrkali u Osijeku i već tijekom vožnje do Erduta kušali birana vina vinarija Vina Erdut, Siber, Brzica, Antunović, Magistra, Royal Hill, K55, Danubio, Rogić i Jakovac. Strojovođa degustacije bio je Damir Zrno, a uz čašu vina posluživali su se odabrani podunavski sirevi, orašasti plodovi i voće.



TZ OBŽ je zajedno s TZ grada Osijeka nastavio održavati FB i IG profil **Hop On Osijek Pecs** koji je nastao unutar EU projekta „Minorities as Bridges“/ „**Manjine kao mostovi** između zajednica“. Kako je jedan od osnovnih izazova za jačanje turističkog tijeka između Mađarske i Hrvatske upravo jezična barijera, profil Hop On Osijek Pecs ima za cilj **povećanje tijeka informacija** između Osječko-baranjske županije i mađarske županije Baranya kroz trojezično najavljivanje turističkih i kulturnih manifestacija iz prekograničnog područja.

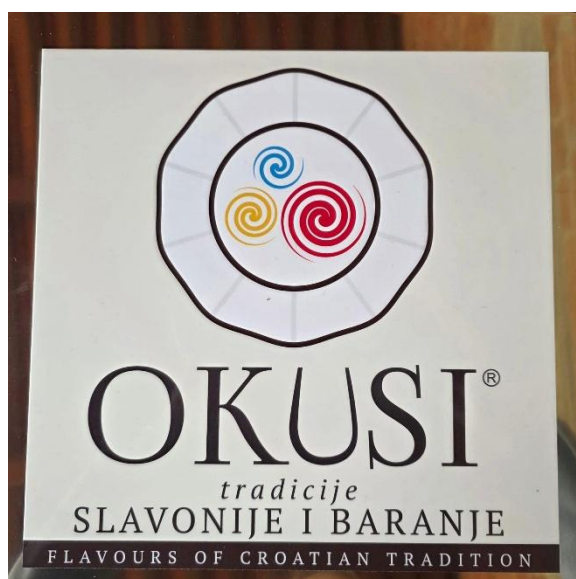
TZ OBŽ je tijekom 2025. godine provela **decentralizirani javni natječaj** za dodjelu potpora projektima turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu, za područje Osječko-baranjske županije.

Tablica 8. Odobreni projekti na natječaju HTZ-a

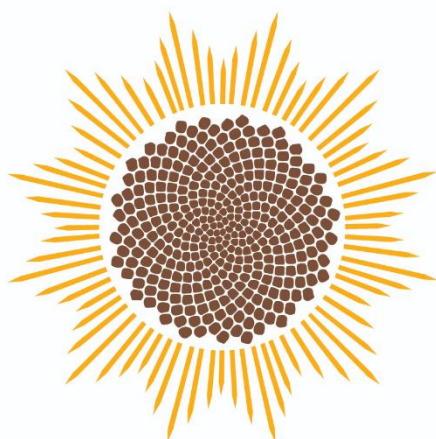
NAZIV LTZ	NAZIV PROJEKTA	ODOBRENA SREDSTVA
TZG Belišća	Četiri godišnja doba u Belišću	9.320,00 €
TZG Donji Miholjac	17. Slavonija u zjenici oka	9.320,00 €
TZG Đakova	59. Đakovački vezovi	46.600,00 €
	Oprema za organizaciju i provođenje manifestacija	18.640,00 €
TZG Našice	Festival okusa i tradicije	9.320,00 €
	Našička viteška priča	13.980,00 €
TZG Osijek	Osijek Gourmet	9.320,00 €
	Osječka vinska priča	13.980,00 €
TZG Valpova	30. Fišijada u Nardu - Državno polufinalno natjecanje u kuhanju ribljeg paprikaša	9.320,00 €
TZO Bilje - Kopački rit	25. Međunarodni etno susreti	13.980,00 €
	Ribarski dani u Kopačevu	13.980,00 €
TZO Bizovac	51. Olimpijada starih športova Brođanci	13.980,00 €
TZO Draž	Bećarac, gajde i buše – Razvoj kulturnog turizma Baranje	9.320,00 €
	Festival tista	18.640,00 €
TZO Erdut	Eno-gastro Tour Erdut	23.300,00 €
TZP Baranja	Vinatlon	18.640,00 €
UKUPNO		251.640,00

Natječaj je proveden uz naputke Hrvatske turističke zajednice, objavljen 9. prosinca 2024. na mrežnim stranicama TZ OBŽ i komuniciran e-mailom prema LTZ sustavu. Povjerenstvo za vrednovanje projekata LTZ na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu za područje OBŽ sastavljeno od dva predstavnika Turističkog vijeća TZ OBŽ, dva predstavnika Hrvatske turističke zajednice i predstavnika Ministarstva turizma i sporta, ocijenilo je ukupno 22 pristiglih prijava te predložilo Turističkom vijeću Hrvatske turističke zajednice za sufinanciranje kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent za 2025. godinu ukupno **16 projekata** u vrijednosti od 270.000,00 €. Odluka je donesena na 43. sjednici Turističkog vijeća HTZ-a održanoj 5. svibnja 2025. godine, a potvrđeni iznos iznosio je **251.640,00 €**. Cijeli proces je administrativno podržala TZ OBŽ. Osječko-baranjskoj županiji dodijeljen je najveći iznos na razine cijele Hrvatske, sveukupno 6% ukupnih sredstava. Ugovaranje i nadzor realizacije projekata LTZ-a u nadležnosti je TZ OBŽ, koja je sredinom svibnja svim korisnicima dostavila nacрте ugovora ili potpisan ugovor, ovisno o traženoj dinamici ugovaranja od strane korisnika. Uspješno je provedeno 15 projekata, dok je jedna LTZ zbog poteškoća u provedbi od jednog projekta morala odustati. Konačni iznos potpora, isplaćenih LTZ na području OBŽ u 2025. godini iznosio je **242.320,00 eura**.

Krajem 2025. TZ OBŽ zajedno s lokalnim partnerima: TZ grada Osijeka, TZ općine Bilje, TZ grada Đakova, TZ Baranje i TZ grada Našica ušla je u projekt **Okusi hrvatske tradicije**. U projekt je uključeno 12 županijskih turističkih zajednica, a partneri su Hrvatska turistička zajednica, dok je Ministarstvo turizma i sporta pokrovitelj nacionalnog festivala Okusi hrvatske tradicije koji se održava u studenom. Glavni cilj, osim označavanje (labeling) ugostiteljskih objekata nosioca standarda Okusi tradicije, je izgradnja njihovog identiteta kao mjesta koja garantiraju i pružaju istinski doživljaj blagovanja lokalnih jela i pića. Trenutačno je na području Osječko-baranjske županije obuhvaćeno 20 restorana: Waldinger, Crna svinja, Čarda kod Baranjca, Čingi lingi čarda, Darocz, Didin konak, Drvena bajka, Meandar – Hotel Osijek, Josić, Baranjska kuća, Kod javora, Kod Varge, Kovač čarda, Kuća dide Tunje, Laguna, Loora, Projekt 9, Ribnjak, Karaka te jedna kušaonica: Naša bačva.



Na **Danima hrvatskog turizma 2025.** održanim u Dubrovniku, Osječko-baranjska županija bila je jedna od zvijezda večeri. Osvojila je dvije prestižne nagrade – titulu **najpoželjnije kontinentalne turističke destinacije** u Hrvatskoj te priznanje za **najbolji turistički događaj**, koje je pripalo manifestaciji **HeadOnEast**. Pored toga, **Hotel Materra** u Čepinu dobio je titulu **najboljeg wellness hotela** godine, dok je **Đakovački kovač Franjo Vinković** nagrađen kao **turistički animator godine**, ističući se kreativnošću i inovativnim pristupom u uključivanju gostiju i lokalne zajednice. Apartmanima i kušaonici u Zmajevcu, kojima upravlja Bernarda Fuis, dodijeljena je titula **Vaš domaćin godine** u Osječko-baranjskoj županiji.



Suncokret ruralnog turizma Hrvatske
Sunflower award

Nagrada **Suncokret ruralnog turizma 2025.** dodijeljena je u Bjelovaru, a s području naše županije bilo je osam dobitnika. Zlatnu povelju u kategoriji Aktivni turistički sadržaji zaslužio je Konjički klub Nexe, Ergela Feričanci. Srebrna povelja u kategoriji „Gastronomске manifestacije i događanja“ pripala je Tačkijadi, Piškorevci dok su brončane povelje zaslužili Mjesec baranjske kuhinje, TZ općine Bilje – Kopački rit (kategorija Ruralno-turistički projekti), Najveća hrvatska fišijada Beli Manastir, TZ Baranje (Gastronomске manifestacije i događanja), Zmajevac – vinska prijestolnica RH, Općina Kneževi Vinogradi (Pametne ruralne zajednice), Ako dotakneš Lipicanca, dotakneš povijest, Srednja strukovna škola Antuna Horvata Đakovo (Predstavljanje ruralnog identiteta) te Protex, prerada perja, Piškorevci (Nositelji zaštićenih oznaka). Posebno priznanje u kategoriji „Žene u ruralnom turizmu“ dobila je Caterina Novoselić, Habjanovci.

Nastavljena je i tijekom 2025. godine suradnja s **TZ Grada Đakova, TZ Baranje, TZ Općine Erdut, TZ grada Osijeka, TZ grada Valpova i TZ općine Draž** u realizaciji zajedničke „disperzirane“ manifestacije – **Vinski mjesec Osječko-baranjske županije** tijekom svibnja, lipnja i srpnja (od 10. svibnja do 5. srpnja). Dio Vinskog mjeseca bile su i dvije **Večeri vina i umjetnosti** održana 24. svibnja te 4. i 5. srpnja u Osijeku koje su privukle 10.000 posjetitelja. Unutar Vinskog mjeseca održano je čak dvanaest događanja: Festival sira i vina Valpovo, Wine & Walk Osijek, Vina Erdut Picnic&Bubbles, Večer vina i umjetnosti, Vino i tambure Draž, Baranja Wine & Walk, Vinatlon, Fiš&Aljmaš, Wine&Gallop Beats,

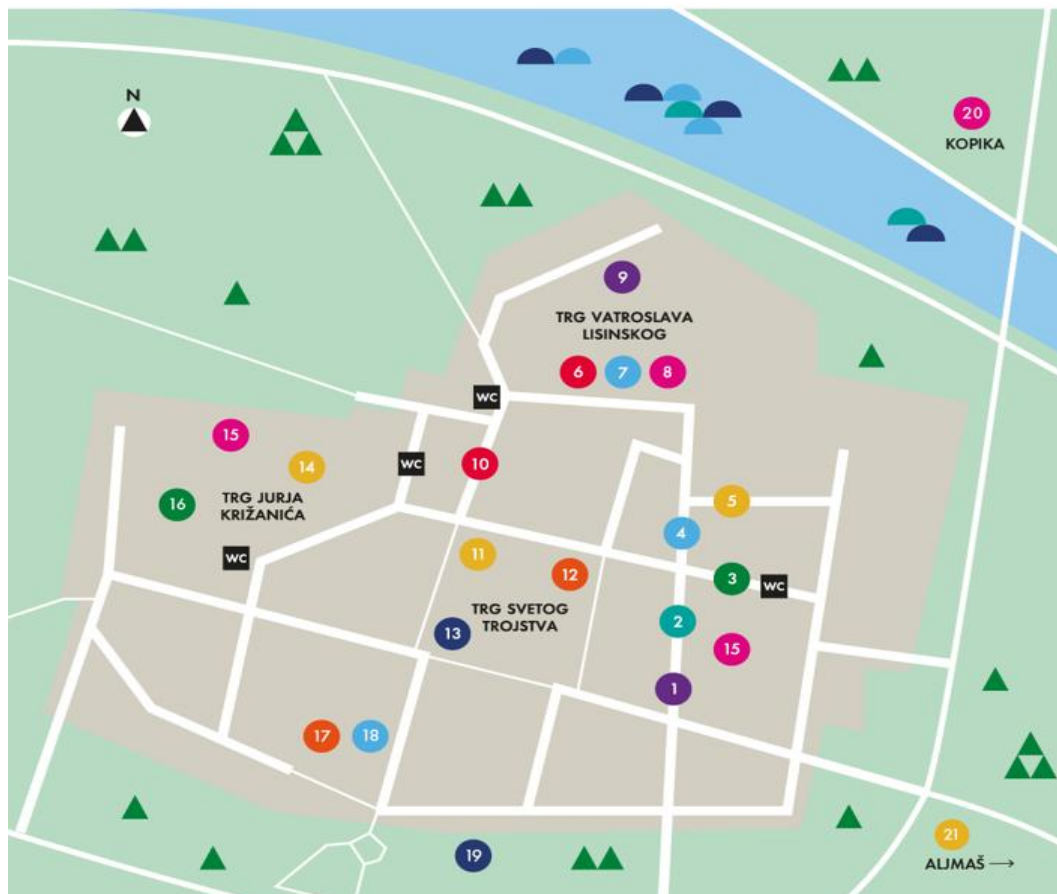


Dani otvorenih podruma u Trnavi i Mandićevcu te Bonavita. TZ OBŽ sudjelovala je i u organizaciji graševine **G.O. Graševina Osijek** koja je pokrenuta 2022. u okviru prekograničnog projekta Wine Tour Across Borders. Ove godine održana je 8. listopada 2025. u Osijeku.

TZ OBŽ koordinirala je pripremu i realizaciju jedne od najvećih manifestacija destinacije – **HeadOnEast festival**, koji se održao **2.-5.10.** u osječkoj Tvrđi. Događaj je popratilo oko **25.000 posjetitelja, sudjelovalo je 120 izlagača u 20 različitih programa**. Festival je ponudio ponešto za svakoga - od Vinalije, Beercuza, Kuća svjetla, In da Sofe, Zone vinila, Šor of Arta, Pecs Zone, Langoš Strasse, Graffiti Džema, HeadOnKviz, Kopika zove, Koch melodije i Art livade do brojnih programa za djecu i cijele obitelji koje su uživale u kreativnim radionicama i zabavi za sve uzraste. Preko 120 izlagača, uglavnom vinara, obrtnika i ugostitelja obogatilo je ponudu festivala ponudivši posjetiteljima mnoštvo lokalnih autohtonih proizvoda. Uz Osječko-baranjsku županiju kao glavnog partnera, podršku u organizaciji dali su Grad Osijek, Turistička zajednica grada Osijeka, Kreativna agencija Adverta, Glazbena škola Franje Kuhača, Arheološki muzej Osijek, Turistička zajednica Baranje, Dom tehničke kulture, KIFOS, Športska zajednica Osječko-baranjske županije te udruge Breza, The Geek Gathering, Svjetlost fenjera, Slama, Osječka tvornica ideja, Volim gramofonske ploče, udruga Likar, Plesni studio Feniks, Filmska runda, Na krajičku jezika, Music Art Incubator te brojni drugi pojedinci. Također je ostvarena nikad veća suradnja sa sponzorima: HeadOnEast su podržali Hrvatska poštanska banka, Podravka, Kraš, HEP, Osječko pivo, Croatia osiguranje, Coca Cola, 45. paralela, Consortium, Europa u mojoj regiji, a dio događanja je sufinanciran projektom #RomansWineDanube.

KARTA

- | | | | |
|--|---|--|--|
| 1 ZONA VINILA
Franjevačka ulica | 4 BAZAAR
Franjevačka ulica | 10 LANGOŠ STRASSE
Ulica Matije Petra Kantančića | 16 IN DA SOFA
Dvorište Preh.-teh. fakulteta |
| 2 ŠOR OF ART
Franjevačka ulica | 5 PECS STAGE
Franjevačka ulica | 11 PODRAVKA COOKING SHOW
Trg Svetog Trojstva | 17 FILMSKA RUNDA
Dvorište Matematičke gimnazije |
| 3 ČARDA BARANJA
Ulica Josipa Bosendorfera | 6 BEERCUZ
Trg Vatroslava Lisinskog | 12 GRAFFITI DŽEM
Trg Svetog Trojstva | 18 GEEKONEAST
Dvorište Matematičke gimnazije |
| | 7 STREET FOOD
Trg Vatroslava Lisinskog/Dom tehnike | 13 KOCH MELODIJE
Trg Svetog Trojstva | 19 ART LIVADA
Europska avenija |
| | 8 FEBIRE
Trg Vatroslava Lisinskog | 14 VINALIA
Trg Jurja Križanića | 20 KOPIKA ZOVE
Plaža Copacabana |
| | 9 HEADONKIVIZ
Dvorište Stare Pekare | 15 DJEČJA STVARAONICA
Dom tehnike i Franjevačka ulica | 21 VINSKA ŠETNJA MUZEJIMA
Aljmaš |



TZ OBŽ nadalje pružio je operativnu i financijsku podršku u realizaciji sljedećih događanja: **10. WineOS, Svjetski gimnastički kup Dobro World Cup, Vinatlon, Međunarodni dan Drave, 52. Kolonija kipara naivaca Ernestinovo, Veslačka regata Belišće-Aljmaš, Festival frankovke, Febire, Prvenstvo Hrvatske u motocrossu i quadcrossu Viškovci, Filmska runda, Slama Land Art, Baranjski Ferivi polumaraton, Oscans, Petrijevačke žetvene svečanosti, BRUT, Plantida, Tačkijada, Dani baranjskog Bauhauusa, LegOS jazz festival, Osijek Blues Rock Festival, Baranja Night Trail, Gastro večer Čepin.** Sukladno mogućnostima, TZ OBŽ i financijski se uključivao u provođenje aktivnosti i manifestacija lokalnih turističkih zajednica.

Tijekom 2025. godine TZ OBŽ je ažurirala i redovito distribuirala **Katalog turističke ponude Osječko-baranjske županije** koji uključuje detaljne podatke o ponudi na razini Osječko-baranjske županije, prijedloge itinerera, logističke informacije i dr. Katalog namijenjen prije svega turističkim agencijama i lokalnim ponuđačima.

Također tijekom 2025. godine lansirana su nova dva broja novog **destinacijskog časopisa** destinacije pod nazivom „**Via Slavonija i Baranja**“ na hrvatskom i engleskom jeziku. Tiraža je 20.000

komada na hrvatskom (12.000 komada) i engleskom jeziku (8.000). U pisanju tekstova sudjelovali su lokalni novinari i turistički vodiči, ali i sami djelatnici TZ OBŽ. Sveukupno treći broj časopisa izašao je u svibnju, dok četvrti u studenom 2025. godine. Destinacijski časopis namijenjen je informiranju gostiju kada dođu na samu destinaciju te je distribuiran prema ponuđačima na terenu. Sadrži informacije o ponudi destinacije s naglaskom na doživljaje, poput ponude muzeja, posjetiteljskih i prijemnih centara, restorana, aktivnog odmora, vinarija i drugih ponuđača, ali i zanimljive informacije o samoj destinaciji. Destinacijski časopis je 2025. godine dobio **Povelju za doprinos turističkom novinarstvu** od strane FIJET Hrvatska, Hrvatske udruge turističkih novinara i pisaca o turizmu.



Zajednica je obavljala informativne poslove u vezi s turističkom ponudom. Iako je to primarno zadaća lokalnih turističkih zajednica i turističkih informativnih centara, za sve zainteresirane tj. one koji se jave pismeno ili usmeno u Zajednicu, ista je dala sve informacije o turističkoj ponudi na području Osječko-baranjske županije. TZ OBŽ je redovito obrađivao podatke o turističkom prometu s ciljem redovitog informiranja ključnih dionika te je izrađivao sva potrebna izvješća za Tijela Zajednice, ali i za Osječko-baranjsku županiju, Hrvatsku turističku zajednicu, Ministarstvo turizma i sporta, te ostale za koje je to zakonom propisano ili institucije koje se javile u Zajednicu.

TZ OBŽ je kroz **sustav eVisitor** obavlja nadzor nad cijelim sustavom TZ s posebnim osvrtnom na općine koje nemaju lokalni TZ. Ujedno Zajednica je sudjelovala u realizaciji strateškog marketinškog projekta „**Hrvatski digitalni turizam**“ čiji je koordinator Hrvatska turistička zajednica, kroz izradu i dostavu višejezičnih tekstualnih materijala i medijskih materijala prema uputama Glavnog ureda.

TZ OBŽ je radio na ažuriranju **baza podataka i banke fotografija** te je osigurao tražene podatke o turističkom prometu na osnovi individualnih zahtjeva.

TZ OBŽ redovito je **informirala javnost** kroz lokalne, regionalne i nacionalne medije o stanju turističkog prometa na razini Osječko-baranjske županije i izazovima s kojima se suočava lokalni turistički sektor. Uz to informirao je javnost putem različitih komunikacijskih i medijskih kanala o aktivnostima koje provodi, a odnose se na organizirane manifestacije i posebne kampanje.

Uz javne kanale, TZ OBŽ redovito je kreirala sadržaje na vlastitim profilima na **društvenim mrežama** (Facebook, Instagram, Youtube, Tik Tok – **Visit Slavonia Baranja**) te je tijekom 2025. godine nastavila razvijati redizajniranu mrežnu stranicu www.visitslavoniabaranja.com.

Brand **platforma** TZ OBŽ koja je nastala tijekom 2019. godine – **HeadOnEast Croatia**, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije koji se nastavio razvijati i tijekom 2025. godine. Kroz razvoj brand nastavljen proces **standardizacije vizualnih komunikacija** na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija, događanja, oglasnih prostora i komunikacijskih kanala kojima upravlja TZ OBŽ. Sva komunikacija provodila se uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije.

Tijekom 2025. godine realizirano je sve skupa **pet promotivnih kampanja** TZ OBŽ, odnosno destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda. Realizirana je kampanja „Via Slavonija, Via Baranja“, a kampanja je uključivala pripremu i realizaciju kampanja tijekom **proljeća i jeseni**. Prva kampanja realizirana je od 20.3. – 18.4. na domaćem tržištu. **Tijekom svibnja** realiziran je **drugi val** brend kampanje Turističke zajednice Osječko-baranjske županije (ujedno i najveća kampanja u godini) s ciljem povećanja brend prepoznatljivosti turističke destinacije Slavonija & Baranja na tržištu Hrvatske, Slovenije, Velike Britanije, Njemačke, Mađarske, Srbije i BiH. Tijekom **listopada** realiziran je **treći val brend kampanje** Turističke zajednice Osječko-baranjske županije s ciljem povećanja brend prepoznatljivosti turističke destinacije Slavonija & Baranja na tržištu Hrvatske, Slovenije, Mađarske i Srbije. Osim tri velika vala održane su i **dvije manje kampanje** - Početkom srpnja realizirana je mini kampanja Turističke zajednice Osječko-baranjske županije s ciljem promocije i najave Večeri vina i umjetnosti u Osijeku te 69. Đakovačkih vezova na tržištu Hrvatske. Posljednja kampanja odrađena je tijekom rujna i vezana je uz HeadOnEast s ciljem povećanja brend prepoznatljivosti HeadOnEast događanja na tržištu Hrvatske, Mađarske, Srbije i BiH.



Uz to, oglašavanje se realiziralo i tijekom cijele godine, u suradnji s regionalnim medijima (tisak-Glas Slavonije), radio i portali te nacionalnim tjednikom Nacional (Gastro&Wine prilog), stručnim časopisom Vinske zvijezde te je posebno realizirana aktivnost oglašavanja festivala HeadOnEast i Večeri

vina i umjetnosti. Unutar aktivnosti sufinancirane su aktivnosti na društvenim mrežama i upravljanjem profilima u vlasništvu TZ OBŽ (Visit Slavonija Baranja, HOP on Osijek Pecs).



Tijekom 2025. godine TZ OBŽ surađivala je s Hrvatskom turističkom zajednicom, TZ Grada Osijeka, Zračnom lukom Osijek, Croatia Airlinesom i RyanAirom u projektu provedbe **promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima**. Projekt se konkretno odnosi na promociji avio povezanosti destinacije s britanskim tržištem (**avio let Osijek - London**, Ujedinjeno Kraljevstvo), a ukupna vrijednost projekta iznosi **250.000,00 €**. Navedeni iznos sufinanciran je od strane Hrvatske turističke zajednice u iznosu od 70.000,00 € i 180.000,00 € od lokalnih partnera/dionika projekta. Drugi strateški projekt je suradnja s Croatia Airlinesom, TZ grada Osijeka, HTZ-om te Zračnom lukom Osijek i odnosi se na let **Osijek – Munchen – Osijek**, također ukupne vrijednosti 250.000,00 €.

Tijekom 2025. godine nastavljena je suradnja s **Klasterom Slavonija** u projektima vezanim uz promociju ukupne destinacije “regije” Slavonija kroz posebnu TV **promotivnu kampanju** tijekom jeseni gdje se na RTL televiziji prikazivao spot „Slavonija-nema joj ravne“.



Ponuda Osječko-baranjske županije predstavljena je tijekom 2025. kroz organizaciju više studijskih putovanja novinara u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (10 ukupno): 21.–24. travnja 2025. posjet turističke novinarkе iz **Švedske** za novine Svenska Dagbladet, travel section. Novinarka Sara Karin Margareta Berg bila je u pratnji fotografa John Martin Wiktor Palm. 5.–10. svibnja 2025. Slavoniju je posjetio novinar, avanturist, putopisac, tv-voditelj s National Geographic TV kanala, influencer - g. **Hazen Audel**, rezultat posjeta je odličan video o Slavoniji: <https://www.youtube.com/watch?v=Mdj-XEf4Gs&t=6s>.



11.–12. svibnja 2025. posredovanjem HTZ-a, posjet turističkih influencera u organizaciji influencera Kristijana Iličića. Obišli su Osijek, Baranju i Đakovo: Belkacem Ben Arous i Ester Arguto - Alžir, Kasem Hato - Jordan, Franziska Niehus - **Njemačka**, Jess Melu - **Švicarska**. Jedan od rezultata posjeta bit će turistički video o Slavoniji. 18. – 21. svibnja 2025. u novinarski posjet došli su talijanski turistički i eno-gastro novinari Massimiliano Rella i Riccardo Lagorio. 10.–14. lipnja 2025. FAM TRIP u Slavoniju i Lonjsko Polje za turističku agenticu iz **Nizozemske**, gđa. Melissa Cehic iz Yugo Travel koja je specijalizirana agencija za područje Slovenije, BiH, Hrvatske i Crne Gore, za goste iz zemalja Beneluxa. 8.–9. kolovoza 2025., HTZ predstavništvo iz **Francuske** - dvoje novinara iz časopisa AR Le Nouveau Voyageur u OBŽ. 3. listopada 2025. Croatian Attractions turistička agencija iz Zagreba, studijski novinarsko-agencijski posjet g. Joseph Delmotte. 1.–3. Listopada 2025. Inspection trip – Uniline HR + Riksja Travel NL Erlebe Reisen DE 8.–10. listopada 2025. posredovanjem HTZ i HTZ predstavništva za **Benelux** studijsko putovanje 2 belgijska novinara iz časopisa Pasar 20.–22. listopada 2025., posjet članova Slovenske udruge turizma na selu.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija, turistička ponudu županije predstavljena je i sudjelovanjem na međunarodnim turističkim sajmovima: 16. do 19. siječnja 2025. Ferien Messe **Beč** (Austrija), 29. siječnja - 1. veljače 2025. „Alpe-Adria“ **Ljubljana** (Slovenija), 19. – 23. veljače 2025. F.re.e **München** (Njemačka), 14. - 16. veljače 2025. Fiets en Wandelbeurs **Utrecht** (Nizozemska). Destinacija je predstavljena i 17. veljače 2025. u **Mostaru** na preuzimanju European Wine City Dionisio 2025, zatim 23. svibnja 2025. Greencajt **Zagreb**, 3.- 6. lipnja prezentacija u EU parlamentu i u predstavništvu za Slavoniju, Baranju i Srijem, 28.6. predstavljanje destinacije na Trnjak festu u **Ljubuškom**, 15.–17. kolovoza, u sklopu EU projekta RWD sudjelovanje na vinskom festivalu Maslo na Tokaji u Slovačkoj, u selu Velka Trna kod **Košica**, 30.–31.8. predstavljanje destinacije na Romai Fesztival u **Pečuhu**, predstavljanje vina iz OBŽ, predstavljanje u **Pragu** na Svjetskom prvenstvu u Oranju, 2. 9. 2025. „prezentacija na Nacionalnoj biciklističkoj konferenciji u **Poreču** 15.–17. listopada 2025.



TZ OBŽ je u siječnju 2026. prijavila sljedeće projekt na Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent: HeadOnEast (150.000,00 €), Integrirani program promocije destinacije Visit Slavonia Baranja (350.000,00 €) te Strateški marketinški projekt promocije Slavonije i Baranje na tržištu Ujedinjenog Kraljevstva (80.000,00 €) te Slavonija i Baranja 365 (100.000,00 €), dok su na Fond za udružene TZ Klaster Slavonija prijavljen projekt Doživi Slavoniju (100.000,00 €), Slavonija više od putovanja (200.000,00 €).

Krajem godine, u skladu sa Zakonom o turizmu (NN 156/2023-2382), završio je i proces izrade **Plana upravljanja destinacijom** koji se donosi na četverogodišnjoj razini, počevši od 2026. godine. Riječ je dokumentu čija izrada je između ostalog vezana uz praćenje pokazatelja održivosti sustava turizma u destinaciji, a kojeg je usvojila Skupština Osječko-baranjske županije 11. prosinca 2025. te je objavljen u Županijskom glasniku, broj 13/25., Osijek, 15. prosinca 2025. godine.

Zajednica je koordinirala djelovanje i nadzirala izvršavanje ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja Županije. TZ je pružao stručnu pomoć turističkim zajednicama s područja županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj, s posebnim naglaskom na procese udruživanja.

II. FINACIJSKI PRIKAZ REALIZACIJE PROGRAMA RADA

Program rada za 2025. g. usvojila je Skupština zajednice u prosincu 2024. g. te izmjene financijskog prikaza provedbe istog u prosincu 2025. g.

A. OSTVARENI PRIHODI

Financijskim planom za 2025. g. planirani su prihodi u iznosu od 1.104.000,00 €, koji su rebalansom povećani na 1.295.658,00 €. Konačno izvršenje prihoda za 2025. g. iznosi **1.270.272,38 €** što je na razini kao i prošle godine.

Najznačajniji prihodi bili su od **sustava turističkih zajednica, 455.013,76 € ili 36%** – 438.000,00 € iz **Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima** i 17.013,76 € ostali prihodi od sustava turističkih zajednica. Zatim slijede izvorni prihodi koji su po prvi puta iznosili više od prihoda iz županijskog proračuna. **Izvorni prihodi** od turističke pristojbe i turističke članarine iznosili su **236.430,03 €** te čine **18,6%** ukupnih prihoda. Sličnog iznosa bili su Ostali prihodi te iznose **234.354,44 €**, što čini **18,4%** prihoda, a odnose se na realizaciju **Strateških partnerstava s avioprijevoznicima** i suradnju sa Zračnom lukom Osijek te realiziranih **sponzorstava za HeadOnEast festival**. Prihodi iz **županijskog proračuna** iznosili su 230.000,00 € ili **18,1%** ukupnih prihoda, od kojih se 76.7% odnosi na programske aktivnosti, a 23,3% na rad ureda. Prihod od **EU fondova** (projekt #RomansWineDanube) iznosio je **58.568,08** ili 4,6% ukupnih prihoda. TZ OBŽ je prenijela ukupno **50.906,07 € ili 4.4%** prihoda iz prethodnih godina. **Izvorni prihodi** povećani su u 2025. u odnosu na 2024. godinu za **13%**, što je pokazatelj ukupnog rasta sektora i gospodarstva na području Osječko-baranjske županije, posebice ako znamo da je skok u posljednje dvije godine 27%.

1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2025. u iznosu od 200.000,00 € od čega je dio od 62.000,00 € planiran od turističke pristojbe, dok je dio od 138.000,00 € planiran od članarine. Slijedom ukupnog rasta gospodarstva i sektora koji je realizirao rekordnu turističku godinu, ostvareno je

povećanje izvornih prihoda za 18 % u odnosu na plan, odnosno **236.430,03 €**. Od tog iznosa 74.363,74 € se odnosi na turističku pristojbu, a 162.066,29 € na članarinu. Rezultat pokazuje rast prihoda od pristojbi u odnosu na plan (19%) te gotovo podjednak rast članarine (17%).

Realizacija prihoda: 236.430,03 €

Turistička pristojba: 74.363,74 €

Članarina: 162.066,29 €

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

Prihodi iz proračuna Osječko-baranjske županije ostvareni su u iznosu od **230.000,00 €**. Sredstva su u skladu s Ugovorom o sufinanciranju Turističke zajednice Osječko-baranjske županije za 2025. godinu namjenski potrošena za realizaciju programa rada u iznosu od 177.000,00 € i 53.000,00 € za rad ureda TZ OBŽ, odnosno sufinanciranje troškova plaća djelatnika. Od navedenog iznosa poseban dio odnosi se na realizaciju HeadOnEast festivala te sufinanciranje troškova organizacije u iznosu od 30.000,00€. Troškovi su opravdani kroz dostavu detaljnih izvješća s dokaznicama o utrošenim sredstvima u skladu s odredbama navedenih Ugovora.

Realizacija prihoda: 230.000,00 €

Osječko-baranjska županija: 230.000,00 €

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od **sustava turističkih zajednica**, iznose **455.013,76 €**, od čega je 438.000,00 € iz **Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima** i 17.013,76 € ostali prihodi od sustava turističkih zajednica (prihodi od članica Klastera Slavonija za sajmove i sufinanciranje projekta Doživi Slavoniju; sufinanciranje promo kampanje od lokalnih turističkih zajednica; sufinanciranje projekta Okusi hrvatske tradicije). Prihodi od Fonda za nerazvijene porasli su 21% u odnosu na prošlu godinu.

Realizacija prihoda: 455.013,76 €

Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu: 438.000,00 €

Ostali prihodi od sustava turističkih zajednica: 17.013,76 €

4. Prihodi iz EU fondova

Prihodi iz **EU fondova** iznosili su **58.568,08 €** ili 4,6 % ukupnih prihoda. Ostvaren je prihod od izvještaja projekta Interreg Danube #RomansWineDanube.

Realizacija prihoda: 58.568,08 €

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine

TZ OBŽ je prenijela ukupno **55.906,07 €** ili **4.4 %** prihoda iz prethodnih godina. Preneseni prihod se iskoristio za sufinanciranje troškova HTZ projekata, aktivnosti koje su provedene tijekom 2025. g.

Realizacija prihoda:

Preneseni prihodi iz prethodne godine: **55.906,07 €**

7. Ostali prihodi

Najveći iznos Ostalih prihoda odnosi se na realizaciju **Strateških partnerstava s avioprijevoznicima** i suradnju sa Zračnom lukom Osijek te realiziranih **sponzorstava za HeadOnEast festival** u vrijednosti od **234.354,44 €**, što čini **18,4 %** prihoda. Konkretno najveći udio u prihodu u vrijednosti od 180.000,00 €

odnosi se aktivnosti subvencije međunarodnih avio linija: München-Osijek te Osijek-London Standsted.

Realizacija prihoda

Ostali prihodi: **234.354,44 €**

B. OSTVARENE AKTIVNOSTI

Realizacija: 1.212.364,02 €

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Realizacija: 5.200,00 €

TZ OBŽ je djelovala tijekom 2025. godine prema Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020., Master planu turizma Osječko-baranjske županije (ciljevi postavljeni do 2025. g.), Strateškom marketinškom planu turizma za Slavoniju s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025., te Strateškom marketinškom planu za Osječko-baranjsku županiju od 2019. do 2025. g. Brand platforma TZ OBŽ koja je nastala tijekom 2019. godine – HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije se nastavio razvijati i tijekom 2025. godine.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Realizacija: 359.141,97 €

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

TZ OBŽ je djelovala tijekom 2025. godine prema strateškim dokumentima. Brand platforma TZ OBŽ– HeadOnEast Croatia / Visit Slavonia Baranja, jedan je od strateških marketinških projekata na razini destinacija koje čine prostor Osječko-baranjske županije se nastavio razvijati i tijekom 2025. godine. Aktivnost je realizirana uz kontinuirani rad djelatnika Zajednice

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Realizacija: 75.835,15 €

2.2.1. Razvoj sustava kvalitete proizvoda na razini destinacije – „Slavonia Baranja Outdoors“ aktivni turizam

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Aktivnost je vezana uz godišnju Business članarinu za outdoor aplikacija Outdooractive. Preko 50 ciklo i pješačkih ruta iz Osječko-baranjske županije podignuto je na navedenu aplikaciju, dok se ista baza podataka nalazi i na web stranici Visit Slavonija Baranja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Na web stranici Visit Slavonija i Baranja integriran je outdoor segment iz aplikacije Outdooractive te su na karti prikazane 36 kružne ciklo staze te 25 pješačko-trkačkih i planinarskih staza.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Realizacija: 1.500,00 €

2.2.2. Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije

Realizacija: 74.335,15 €

2.2.2.1. Kulturni i vinski turizam - RomansWineDanube, Interreg Dunav

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Troškovi se odnose na aktivnosti projekta #RomansWineDanube: izrađen Plan upravljanja destinacijom Osječko-baranjske županije za razdoblje 2026.-2029., organiziran dio događanja HeadOnEast (Vinalia), organiziran Slow Wine Train, kreiran vizualni identitet novog vinski-festivalskog programa pod nazivom „Vinalia“. Identitet će se koristiti za potrebe organizacije tematskog vinskog programa na festivalima vina i/ili kulturno-turističkim festivalima. Naziv „Vinalia“ vezan je uz promociju rimskog naslijeđa koje promovira Europska kulturna ruta – Ruta rimskih careva i Dunavska vinska ruta. Također predstavljena je destinacija u Slovačkoj i Mađarskoj.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, JUŽRA OBŽ

Realizacija: 70.241,36 €

2.2.2.2. Iter Vitis - Dioniz - OBŽ Vinska destinacija godine

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Troškovi se odnose na ceremonije primopredaje titule Dinisio Europska regija vina 2025. (smještaj uzvanika, predstavljanje, trošak puta, logistička podrška i prezentacija vina) u Osijeku i Mostaru. Titula Europske regije vina Dionisio u Mostaru na kojem je Osječko-baranjska županija službeno od Grada Mostara preuzela prestižnu titulu od strane RECEVINA, Europskog udruženja vinskih gradova.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Realizacija: 4.093,79 €

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

Realizacija: 283.306,82 €

2.3.1. Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ:

Realizacija: 257.498,95 €

2.3.1.1. HeadOnEast festival

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

HeadOnEast festival je najveća manifestacija koju suorganizira TZ OBŽ i na kojem se prezentira sve najbolje od turističke ponude Slavonije i Baranje, od prepoznatljivih manifestacija do enogastro i raznovrsne umjetničke ponude. Riječ o atraktivnom destinacijskom proizvodu – događaju s jednim od najvećih potencijala rasta na području Osječko-baranjske županije. TZ OBŽ koordinirala je pripremu i realizaciju događaja koji se održao od 2.10. do 5.10. u osječkoj Tvrđi. Događaj je popratilo oko **30.000 posjetitelja, sudjelovalo je 120 izlagača u 20 različitih programa**. Uz Osječko-baranjsku županiju kao glavnog partnera, podršku u organizaciji dali su Grad Osijek, Turistička zajednica grada Osijeka, Kreativna agencija Adverta, Glazbena škola Franje Kuhača, Arheološki muzej Osijek, Turistička zajednica Baranje, Dom tehničke kulture, KIFOS, Športska zajednica Osječko-baranjske županije te udruge Breza, The Geek Gathering, Svjetlost fenjera, Slama, Osječka tvornica ideja, Volim gramofonske

ploče, udruga Likar, Plesni studio Feniks, Filmska runda, Na krajičku jezika, Music Art Incubator te brojni drugi pojedinci.

Unutar godišnjeg sufinanciranja OBŽ 30.000,00 € odnosi se na HeadOnEast dok su potpisani Ugovori o sponzorstvu s Hrvatskom poštanskom bankom, Croatia osiguranjem d.d., Kraš d.d. i Podravkom d.d. u iznosu od 33.000,00 € te ostvarena donacija HEP-a u iznosu od 5.000,00 €. Također projekt je sufinanciran kroz HTZ Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent u iznosu od 70.000,00 €. Ukupni troškovi događaja financirani od strane TZ OBŽ iznosili su 197.110,85 €. Slijedi pregled plaćenih troškova:

Ozvučenje, pozornica i rasvjeta	32.500,00 €
Tehnička podrška	2.080,78 €
Kućice, toaleti, štandovi, prijevoz	14.462,20 €
Izvođači (smještaj, hrana, honorar)	49.790,71 €
Tisak, produkcija	2.671,40 €
Instalacije i oprema u prostoru	8.626,80 €
Promocija, foto i video	5.825,00 €
Produkcija Šor of Art	3.100,00 €
Produkcija VINO.GRAD	1.850,00 €
Oprema, umjetnički koncept i umjetnici za Kuće svjetla	48.750,00 €
Dean Kotiga HeadOnKviz	4.375,00 €
Podrška u organizaciji	7.250,00 €
Zaštitarska služba	7.962,50 €
Kreativne radionice	2.281,58 €
<u>Ostali troškovi</u>	<u>5.687,39 €</u>
Ukupno	197.110,85 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Realizirano trodnevno događanje koje je posjetilo oko 30.000 posjetitelja iz raznih dijelova Hrvatske i regije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Grad Osijek, HTZ i TZ Grada Osijeka

Realizacija: 197.110,85 €

2.3.1.2. Večer vina i umjetnosti

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Organizacija dva izdanja manifestacije Večeri vina i umjetnosti u Osijeku 24.5.2025. i 4.-5.7.2025.,, od kojih je ljetno izdanje trajalo dva dana – i petak i subotu. Trošak financiranja odnosi se na glazbeni i umjetnički program (instalacije od slame, skulpture u prostoru) te uređenje prostora i logističke troškove vezane uz degustaciju vina, oglašavanje na radiju i Glasu Slavonije, fotografske usluge, troškove struje i ostalo. Ukupni iznos troškova iznosio je 51.465,89 €, dio je sufinanciran iz projekta Doživi Slavoniju sufinanciran kroz Fond za udružene turističke zajednice. Troškovi:

Oglašavanje i produkcija oglasnih materijala: 5.593,75 €

Logistička podrška za kušanje: 6.470,00 €

Umjetničke intervencije i uređenje: 2.650,00 €

Tehnika, prodaja bonova, DJ, podrška u organizaciji, glazbeni program, plakatiranje: 19.741,25 €

Glazbeni program: 13.043,39 €

Najam kućica, toaleta, prijevoz i montaža štandova, logistika: 7.202,00 €

Smještaj izvođača i novinara: 1.140,50 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Realizirana dva izdanja manifestacije Večer vina i umjetnosti u Osijeku 24.5.2025. i 4.-5.7.2025., s posjetom oko 10.000 osoba. Sudjelovanje vinara iz Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske i Požeško-slavonske županije, te mađarskog vinogorja Villanya. Povećana razina vidljivosti vinsko-turističke ponude destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Grad Osijek

Realizacija: 51.465,89 €

2.3.1.3. Vinski mjesec

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Manifestacija koja počiva na konceptu četiri vinogorja – četiri vikenda vinskog hedonizma realizirana je od 10. svibnja do 5. srpnja 2025. Vinski mjesec Osječko-baranjske županije održao se šesti put sustavno prema istom modelu na razini cijele Županije, u Baranji, Erdutu, Đakovu, Valpovu, Feričancima i Osijeku. Događaj je povezao postojeće i nove manifestacije na području OBŽ-a te ih promovirao kao jedinstven turistički proizvod. Trošak se odnosi na press konferenciju najave Vinskog mjeseca održani u vlaku kroz koncept Slow Wine Train, medijsko praćenje (Kućni Somelje i Metju media).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina integracije turističke ponude vinskog turizma na području vinogorja OBŽ i Osijeka, povećana razina vidljivosti vinsko-turističke ponude kroz zajedničku promociju i komunikaciju, povećana razina turističke ponude destinacije kroz organizaciju događaja spojena u jednu krovnu destinacijsku kampanju, povećana razina prepoznatljivosti najvažnije vinske sorte destinacije – graševine, povećana razina prepoznatljivosti destinacije kao vinske regije od strane specijaliziranih medija i vinskih stručnjaka.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Realizacija: 4.980,27 €

2.3.1.4. Oprema za realizaciju manifestacija

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2025. nabavljena je dodatna oprema za kućice (reflektori, vijci, utikači, kablovi, lokoti) te pokriven trošak najma skladišta za opremu za manifestacije.

za realizaciju manifestacija Večer vina i umjetnosti te HeadOnEast: 30 barskih sklopivih stolova, 50 sofa za događaje na otvorenom te 50 jastuka s jastučnicom.

Nositelj i partneri:

Realizacija: 3.941,94 €

2.3.2. Potpora manifestacijama:

Realizacija: 25.807,87 €

2.3.2.1. Regionalne i lokalne manifestacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Aktivnost je uključivala sufinanciranje lokalnih i regionalnih manifestacija koje je Turistička zajednica

Osječko-baranjske županije poduprijela kao suorganizator. Turistička zajednica Osječko-baranjske županije financirala dio programa u okviru manifestacija. Stavka uključuje i trošak skladištenja izložbenih štandova TZ OBŽ. Ukupan trošak iznosi: 21.727,79 €.

Popis manifestacija i vezanih troškova:

- Slama Land Art: 1.200,00 €
- Baranjski Ferivi polumaraton: 1.800,00 €
- Oscans: 1.490,00 €
- Filmska Runda: 349,96 €
- LegOS Jazz Festival: 527,35 €
- Osijek Blues Rock Festival: 648,74 €
- Vinatlon 1.000,00 €
- Festival frankovke: 1.000,20 €
- Prvenstvo Hrvatske u motocrossu i quadcrossu Viškovci: 500,00 €
- Petrijevačke žetvene svečanosti: 780,00 €
- (G)astro večer Čepin: 250,00 €
- BRUT Beli Manastir: 736,00 €
- Festival Plantida: 500,00 €
- Tačkijada Piškorevci: 700,00 €
- Međunarodni dan rijeke Drave: 775,00 €
- Veslačka regata Belišće – Aljmaš: 840,00 €
- Febire: 236,55 €
- Dani baranjskog Bauhauusa: 687,50 €
- 52. Koloniji kipara naivaca Ernestinovo: 1.791,67 €
- Gimnastičarski Dobro World Cup: 3.500,00 €
- 10.WineOS: 2.154,70 €
- Adventiranje na PTF-u: 87,50 €
- Baranja Night Trail: 360,00 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina turističke ponude destinacije kroz suorganizaciju više od 20 događaja koji su ujedno komunicirani kroz krovnu destinacijsku kampanju.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ, lokalni organizatori

Realizacija: 21.727,79 €

2.3.2.2. Nacionalne i međunarodne manifestacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Krajem 2025. TZ OBŽ zajedno s lokalnim partnerima: TZ grada Osijeka, TZ općine Bilje, TZ grada Đakova, TZ Baranje i TZ grada Našica ušla je u projekt Okusi hrvatske tradicije. U projekt je uključeno 12 županijskih turističkih zajednica, a partneri su Hrvatska turistička zajednica, dok je Ministarstvo turizma i sporta pokrovitelj nacionalnog festivala Okusi hrvatske tradicije koji se održava u studenom. Glavni cilj, osim označavanje (labeling) ugostiteljskih objekata nosioca standarda Okusi tradicije, je izgradnja njihovog identiteta kao mjesta koja garantiraju i pružaju istinski doživljaj blagovanja lokalnih jela i pića. Trenutačno je na području Osječko-baranjske županije obuhvaćeno 20 restorana: Waldinger, Crna svinja, Čarda kod Baranjca, Čingi lingi čarda, Darocz, Didin konak, Drvena bajka, Meandar – Hotel Osijek, Josić, Baranjska kuća, Kod javora, Kod Varge, Kovač čarda, Kuća dide Tunje, Laguna, Loora, Projekt 9, Ribnjak, Karaka te jedna kušaonica: Naša bačva. Troškovi su se odnosili na produkciju Dana okusi hrvatske tradicije 2025., produkciju Kataloga Okusi hrvatske tradicije 2026., te izradu suvenira, kuhinjska krpa te zdjelica.

Popis manifestacija i vezanih troškova:

Nositelj i partneri:

Realizacija: 4.080,08 €

2. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Realizacija: 642.278,86 €

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture:

3.1.1. HeadOnEast Croatia brand platforma

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kroz razvoj branda nastavljen je proces standardizacije vizualnih komunikacija na razini pojedinih turističkih proizvoda, mikrodestinacija, događanja, oglasnih prostora i komunikacijskih kanala kojima upravlja TZ OBŽ. Sva komunikacija provodila se uz isticanje Slavonije i Baranje kao destinacije te HeadOnEasta kao glavnog događanja destinacije. Aktivnost je realizirana kroz druge stavke proračuna.

Ostvareni cilj aktivnosti:

konkurentna, ujednačena i suvremena komunikacijska platforma za promociju destinacije. Izrađen i proveden komunikacijski plan za HeadOnEast festival.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Realizacija: 5.922,00 €

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Tijekom 2025. godine realizirano je sve skupa pet promotivnih kampanja TZ OBŽ, odnosno destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda. Realizirana je kampanja „Via Slavonija, Via Baranja“, a kampanja je uključivala pripremu i realizaciju kampanja tijekom proljeća i jeseni. Prva kampanja realizirana je od 20.3. – 18.4. na domaćem tržištu. Kampanja je obuhvaćala direktan zakup top nacionalnih portala uz distribuciju PR članaka te kampanju na društvenim mrežama. Tijekom svibnja realiziran je drugi val brend kampanje Turističke zajednice Osječko-baranjske županije (ujedno i najveća kampanja u godini) s ciljem povećanja brend prepoznatljivosti turističke destinacije Slavonija & Baranja na tržištu Hrvatske, Slovenije, Velike Britanije, Njemačke, Mađarske, Srbije i BiH. Kampanja je obuhvaćala direktan zakup top nacionalnih portala uz distribuciju PR članaka te kampanju na društvenim mrežama i OOH kampanju na hrvatskom tržištu, dok su kampanje na ino tržištima provedene putem DV360 platforme korištenjem animiranih banneri. Uz DV360 platformu, na mađarskom tržištu je realizirana i OOH kampanja. Tijekom listopada realiziran je treći val brend kampanje Turističke zajednice Osječko-baranjske županije s ciljem povećanja brend prepoznatljivosti turističke destinacije Slavonija & Baranja na tržištu Hrvatske, Slovenije, Mađarske i Srbije. Kampanja je obuhvaćala direktan zakup top nacionalnih portala uz distribuciju PR članaka te kampanju na društvenim mrežama, dok su kampanje na ino tržištima provedene putem DV360 platforme korištenjem animiranih banneri. Osim tri velika vala održane su i dvije manje kampanje - Početkom srpnja realizirana je mini kampanja Turističke zajednice Osječko-baranjske županije s ciljem promocije i najave Večeri vina i umjetnosti u Osijeku te 69. Đakovačkih vezova na tržištu Hrvatske. Kampanja je obuhvaćala kampanju na društvenim mrežama te DV360 kampanju s geotargetom Grad Zagreb i Zagrebačka županija. Posljednja kampanja odrađena je tijekom rujna i vezana je uz HeadOnEast s ciljem

povećanja brend prepoznatljivosti HeadOnEast događanja na tržištu Hrvatske, Mađarske, Srbije i BiH. Kampanja u Hrvatskoj je obuhvaćala direktan zakup top nacionalnih portala uz distribuciju PR članaka te kampanju na društvenim mrežama, dok su kampanje na ino tržištima provedene putem DV360 platforme korištenjem banneri.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz realizaciju imidž kampanje u Hrvatskoj, promociju u međunarodnim časopisima te promociju proizvoda u regionalnim medijima. Naprijed navedeno se očituje u porastu broja dolazaka i noćenja turista s domaćeg tržišta i županija na području kojih je provedena intenzivnija promotivna kampanja (zagrebački prsten, Dalmacija) pogranično područje Mađarske, BiH, Slovenije i Srbije, kao i u povećanom broju posjetitelja manifestacijama organiziranim u Osječko-baranjskoj županiji.

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

Realizacija: 226.429,66 €

3.2.1. On-line oglašavanje

3.2.1.1. On-line oglašavanje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Najučinkovitiji kanal komunikacije danas su on-line sustavi, stoga se 73% ukupno troška za oglašavanje destinacijskog branda odnosi na on-line oglašavanje na društvenim mrežama i online portalima, s tendencijom povećanja iz godine u godinu. Uz javne kanale, TZ OBŽ kreirala i promovirala sadržaje na vlastitim profilima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube – Visit Slavonia Baranja). Trošak se odnosi na realizaciju pet većih i manjih kampanje tijekom godine pod te nacionalnu i regionalnu promociju proizvoda tijekom cijele godine, prema sljedećoj strukturi:

Uskršnja kampanja „Via Slavonija Baranja“ 20.3. – 18.4. 2025. : 34.997,75 €

Proljetna kampanja „Via Slavonija Baranja“ 1.5.-31.5. 2025. : 61.291,73 €

„Vino i vezovi“ kampanja 27. 6. – 5. 7. 2025. 4.187,50 €

Jesenska kampanja „Via Slavonija Baranja“ 6. – 31.10. 2025. : 38.428,75 €

Kampanja „HeadOnEast“ 11. 9. – 2. 10. 2025. 19.871,25 €

Vlastiti kanali i regionalni mediji, cijele godine: 8.733,13 €

Dostupni posebni i detaljni izvještaji za svih pet kampanja na zahtjev.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz realizaciju dvije imidž kampanje u Hrvatskoj prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim mikrotržištima u Hrvatskoj te manjim dijelom u Bosni i Hercegovini, Sloveniji, Mađarskoj, Njemačkoj i Srbiji.

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

Realizacija: 167.510,11 €

3.2.1.2. Upravljanje on-line oglašavanjem

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka se odnosi na uslugu upravljanja društvenim mrežama u suradnji s TZ OBŽ. Uz javne kanale, TZ OBŽ kreirala i promovirala sadržaje na vlastitim profilima na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube, Tik Tok – Visit Slavonia Baranja) u suradnji s vanjskim partnerom. Uz kampanje i tekuće oglašavanje, posebne suradnje su realizirane za potrebe promocije HeadOnEast festivala i Hop On Osijek Pečuh kanala. Trošak za cijelu godinu iznosi 7.905,49 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz kontinuirano upravljanje kanalima TZ OBŽ na društvenim mrežama i realizaciju dvije imidž kampanje u Hrvatskoj te proizvodnu kampanju (HeadOnEast) u BiH, Mađarskoj, Njemačkoj, Sloveniji i Srbiji koje su uključivale zakup i promociju na društvenim mrežama.

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

Realizacija: 7.905,49 €

3.2.2. Off-line oglašavanje

3.2.2.1. Oglašavanje u tisku

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Oglašavanje destinacije u specijaliziranim tiskanim izdanjima, u suradnji s Osječko-baranjskom županijom. Svega 8 % troška za oglašavanje odnosi na oglašavanje u tisku. Ukupni trošak iznosi 18.881,25 € s tendencijom smanjenja iz godine u godinu, a odnosi se na oglašavanje u Glasu Slavonije, časopis Vinske zvijezde, izdanju Restaurant Croatica - 100 vodećih hrvatskih restorana i njihovi recepti 2024/25, Nacionalu (Gastro&Wine), Dnevnik Hrvatska, Miss Universe Hrvatska i drugim tiskanim medijima.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz oglašavanje u tiskanim medijima na ciljanim tržištima.

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

Realizacija: 18.881,25 €

3.2.2.2. TV i radio oglašavanje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Većina troška se odnosila na partnerstvo u tri emisije Fino i Vino koja se prikazuje na HRT-u (6.562,50 €), dok je ostali iznos vezan uz radijske reklame na Hrvatskom radiju, Slavonskom radio te Radiju Slavonija.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije Slavonije kroz oglašavanje na hrvatskom tržištu.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Realizacija: 10.179,84 €

3.2.2.3. Vanjsko oglašavanje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Trošak se odnosi na billboard kampanju realiziranu u lipnju u Pečuhu (Mađarska) u ukupnoj vrijednosti od 5.973,29 € i OOH kampanju destinacije u Hrvatskoj u iznosu od 9.032,98 € u proljeće 2025.

Ukupni trošak: 4.086,37 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz oglašavanje putem vanjskog oglašavanja na tržištu Mađarske.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ

Realizacija: 4.086,37 €

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka se odnosi na troškove produkcije oglasnih materijala za različite kanale komunikacije i promocije u skladu s HeadOnEast brand platformom. Većina troškova odnosi se na pripremu oglasnih materijala za kampanje Via Slavonija Via Baranja (banneri, oglasi, animirani oglasi, jumbo oglasi i dr.) i dizajn destinacijskog časopisa (8.350,00 €) te kreativni koncept kampanje Via Slavonija, Via Baranja s izradom Billboarda i web banneri (8.516,60 €).

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije na domaćem tržištu kroz ujednačenu komunikaciju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

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

Realizacija: 17.866,60 €

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

3.3.1. Studijska putovanja – novinari

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

21–24. travnja 2025. posjet turističke novinarke iz Švedske za novine Svenska Dagbladet, travel section. Novinarka Sara Karin Margareta Berg bila je u pratnji fotografa John Martin Wiktor Palm. 5.-10. svibnja 2025. Slavoniju je posjetio novinar, avanturist, putopisac, tv-voditelj s National Geographic TV kanala, influencer - g. Hazen Audel, rezultat posjeta bit će turistički video o Slavoniji. 11.-12. svibnja 2025. posredovanjem HTZ-a, posjet turističkih influencera u organizaciji influencera Kristijana Iličića. Obišli su Osijek, Baranju i Đakovo: Belkacem Ben Arous i Ester Arguto - Alžir, Kasem Hato - Jordan, Franziska Niehus - Njemačka, Jess Melu - Švicarska. Jedan od rezultata posjeta bit će turistički video o Slavoniji. 18. - 21. svibnja 2025. u novinarski posjet došli su talijanski turistički i eno-gastro novinari Massimiliano Rella i Riccardo Lagorio. 10.-14. lipnja 2025. FAM TRIP u Slavoniju i Lonjsko Polje za turističku agenciju iz Nizozemske, gđa. Melissa Cehic iz Yugo Travel koja je specijalizirana agencija za područje Slovenije, BiH, Hrvatske i Crne Gore, za goste iz zemalja Beneluxa. 8.-9. Kolovoza 2025., HTZ predstavništvo iz Francuske - dvoje novinara iz časopisa AR Le Nouveau Voyageur (<https://ar-mag.fr/>) u OBŽ. 3. listopada 2025. Croatian Attractions turistička agencija iz Zagreba, studijski novinarsko-agencijski posjet g. Joseph Delmotte. 1.-3. Listopada 2025. Inspection trip – Uniline HR <https://uniline.hr/> + Riksja Travel NL <https://www.riksjatravel.nl/> / Erlebe Reisen DE <https://www.erlebe.de/> . 8.-10. listopada 2025. posredovanjem HTZ i HTZ predstavništva za Benelux studijsko putovanje 2 belgijska novinara iz časopisa Pasar <https://pasar.be/> . 20.-22. listopada 2025., posjet članova Slovenske udruge turizma na selu

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz informiranje novinara na tržištima na kojima djeluju.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ
Realizacija: 6.226,55 €

3.3.2. HeadOnEast kampanja – ambasadori destinacije 2024. / 2025.

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Troškovi se odnose na snimanje i objava videa na društvenim mrežama Metju media, promotivne članke Total Croatia News te smještaj filmske ekipe na snimanju filma Buše.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, LTZ
Realizacija: 4.605,00 €

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. Klaster Slavonija - projekti

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Početkom 2025. godine koordinaciju Klasterom Slavonija koji okuplja regionalne turističke zajednice pet slavonskih županija: Brodsko-posavske, Požeško-slavonske, Virovitičko-podravske, Vukovarsko-srijemske te Osječko-baranjske županije preuzela je Vukovarsko-srijemska županija.

U okviru aktivnosti TZ OBŽ sudjelovala je u realizaciji projekta Doživi Slavoniju sufinanciranu kroz Fond za udružene turističke zajednice za 2025. godinu. Projekt se bavio razvojem enogastronomije i kulturnog turizma kao ključnih proizvoda Slavonije kroz daljnji razvoj i unapređenje sedam jedinstvenih manifestacija koji su ujedno motivi za dolazak u destinaciju koja veže područje pet slavonskih županija. Riječ je o manifestacijama- turističkim proizvodima koji promoviraju lokalne proizvode, vinare, zanatske pivare, autentična jela, važne sorte za hrvatsko vinarstvo – graševinu i traminac te kulturnu i prirodnu baštinu koja čini kulisu za realizaciju idućih događanja: Zlatne žice Slavonije Požega, Festival graševine, Kutjevo, Festival traminca, Ilok, Večer vina i umjetnosti, Osijek, Ribarske večeri, Davor, Orahovica Craft Beer Festival, Orahovica, Zalazak u vinogradu, Brodski Stupnik. Ukupni budžet projekta iznosio je 62.500,00 €, od čega je 50.000,00 € sufinancirano od strane HTZ-a.

Tijekom 2025. godine nastavljena je suradnja s Klasterom Slavonija u projektima vezanim uz promociju ukupne destinacije "regije" Slavonija kroz posebnu promotivnu kampanju „Slavonija, nema joj ravne“ u vrijednosti od 25.000,00 €, kao i održavanje web stranice <https://www.slavonia.travel/hr/slavonija-puna-neispricanih-prica> .

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz realizaciju promotivne kampanje u Hrvatskoj u suradnji s Klasterom Slavonija prema ciljanim tržišnim segmentima putem on-line oglašavanja i kroz zajedničke prezentacijske aktivnosti te daljnji razvoj proizvoda vinskog turizma kroz organizaciju manifestacija.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ, Klaster Slavonija
Realizacija: 8.785,36

3.4.2. Strateški projekti (avio linije)

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Tijekom 2025. godine nastavljena je suradnja sa Zračnom lukom Osijek u privlačenju međunarodnih letova iz Osijeka. Tako je nastavljen putnički let na liniji Osijek-München (Njemačka) od siječnja do kraja 2025. godine. Rezultat je to suradnje kroz model strateškog partnerstva Hrvatske turističke zajednice, Turističke zajednice Osječko-baranjske županije, Turističke zajednice Grada Osijeka, Zračne luke Osijek i avioprijevoznika Croatia Airlines. Trošak se odnosi na subvenciju leta, promociju destinacije na svim kanalima Croatia Airlines uključujući i zakup medijskog prostora u Inflight magazinu Croatia Airlines. Uz to nastavljen je let Osijek – London Stansted tijekom 2025. godine koji je bio aktivan od travnja do listopada 2025. Kroz prijavljeni projekt koji je dio većeg projekta Strateška partnerstva 2025. čiji je nositelj HTZ, a partneri za područje Osječko-baranjske županije TZ Osječko-baranjske županije, TZ Grada Osijeka i tvrtka Ryanair, realizirane su aktivnosti promocije tijekom razdoblja od svibnja do listopada. Destinacija se promovirala kroz oglašavanje na web stranici avio prijevoznika www.ryanair.com, kroz destinacijski banner i poveznicu na podstranici „Airport & Tourism link“ te newsletter. Projekt je sufinanciran od strane Hrvatske turističke zajednice kroz Fond za turistički nedovoljno razvijeno područje i kontinent (RTZ TZ OBŽ) u iznosu od 70.000,00 €, dok je ukupni projekt iznosio 250.000,00 €.

Dio troškova odnosio se na Strateški projekt Klastera Slavonije s HTZ-om na temu Michelina, ukupne bruto vrijednosti 107.500,00 €, od kojih se na TZ OBŽ odnosilo 45.000 € neto, dok je ostali iznos sufinanciran od strane ostalih slavonskih turističkih zajednica. Izrađeni su sljedeći koncepti Michelinove promocije: Producer focus (Sin ravnice, kulen, crna slavonska svinja) te Glossary (Fiš paprikaš, restoran Dunav Ilok), Chef's world, (chef Mateo Meković, restoran Waldinger Osijek) te su isti promovirani na društvenim mrežama Michelina u formatima videozapisa. Aktivnosti su odrađene tijekom 2024. godine no zbog kasnijeg zatvaranja cijelog projekta Michelina prema Hrvatskoj turističkoj zajednici, račun je poslan tek krajem siječnja 2025. godine.

Croatia Airlines, strateška partnerstva: 125.000,00 €

Ryanair ltd, strateška partnerstva 2025.: 125.000,00 €

Michelin: 62.500,00 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije na domaćem i njemačkom tržištu nastavno na ponudu međunarodnog leta na liniji Osijek-München kao i na tržištu Ujedinjenog Kraljevstva nastavno na ponudu međunarodnog leta na liniji Osijek-London. Povećana razina vidljivosti destinacije s naglaskom na gastronomsku ponudu putem promocije na društvenim mrežama svjetskog brenda Michelin.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, Zračna luka Osijek, Croatia Airlines, Ryanair, HTZ, TZ Grada Osijeka

Realizacija: 312.592,40 €

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Ponuda Osječko-baranjske županije predstavljena je samostalno, partnerski i u suradnji s Klasterom Slavonija na posebnim prezentacijama, poslovnim radionicama i sajmovima u Hrvatskoj, Austriji, Sloveniji, Njemačkoj, BiH i Nizozemskoj. Ukupan trošak iznosio je 17.824,57 €.

3.5.1. Samostalni nastupi i prezentacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

17. veljače 2025. predstavljanje u Mostaru i preuzimanje European Wine City Dionisio titule u ime Osječko-baranjske županije. Presentacija na Smart City Summit Umag 5.-7. ožujka 2025., Beep – Up – putni kofer 100% iskreno o turizmu, gastro i održivosti, 21.-22. ožujka Šibenik i dr. Presentacija 23. svibnja 2025. Greencajt Zagreb, 3.- 6.6. 2025. presentacija u EU parlamentu i u predstavništvu za Slavoniju, Baranju i Srijem, 28.6. predstavljanje destinacije na Trnjak festu u Ljubuškom, 15.-17. kolovoza 2025., u sklopu EU projekta RWD sudjelovanje na vinskom festivalu Maslo na Tokaji u Slovačkoj, u selu Velka Trna kod Košica, 30.-31.8. predstavljanje destinacije na Romai Fesztival u Peču, predstavljanje u Pragu na Svjetskom prvenstvu u Oranju, 2. 9. 2025. ,presentacija na Nacionalnoj biciklističkoj konferenciji u Poreču 15.-17. listopada 2025. i druga manja prezentiranja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz realizirane samostalne nastupe i prezentacije na ciljanim tržištima te veća razina umreženosti s tour operatorima i turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, članovi TZ, Udruga Graševina Croatica

Realizacija: 10.540,58 €

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZOBŽ je u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Klasterom Slavonija, turističku ponudu županije predstavila i sudjelovanjem na sljedećim međunarodnim turističkim sajmovima: 16. do 19. siječnja 2025. Ferien Messe Beč (Austrija), 29. siječnja - 1. veljače 2025. „Alpe-Adria“ Ljubljana (Slovenija), 19. – 23. veljače 2025. F.re.e München (Njemačka), 14. - 16. veljače 2025. Fiets en Wandelbeurs Utrecht (Nizozemska) i drugi manji sajmovi.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije kroz planirane zajedničke nastupe i prezentacije na domaćem i stranim tržištima.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Klaster Slavonija

Realizacija: 7.283,99 €

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

3.6.1. DMK – razvoj i prezentacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Aktivnost je realizirana kroz redovan rad bez dodatnih troškova.

Realizacija: 0,00 €

3.6.2. Studijska putovanja – turističke agencije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZ OBŽ osigurala je vodiče, obroke, smještaj i degustacije vina za studijska putovanja turističkih agencija te financirala minimalne troškove, dok je većinu troškova financirao HTZ.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti ponude destinacije kroz prezentaciju proizvoda turističkim agencijama.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, Klaster Slavonija

Realizacija: 1.690,44 €

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

3.7.1. Priprema promotivnog materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka se odnosi na angažman pripreme materijala za oglase, produkciju video materijala, novih vizuala, priprema i prijevod tekstova za destinacijski časopis te svih potrebnih materijala za aktivnosti promocije destinacije u okviru HeadOnEast Croatia brand platforme.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Realizacija: 9.669,36 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti i konkurentnosti ponude destinacije na domaćem tržištu kroz ujednačenu komunikaciju destinacije prema ciljanim tržišnim segmentima na ciljanim tržištima.

3.7.2. Izrada promotivnog materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Aktivnost uključuje pripremu, tisak, prezentaciju i dostavljanje po terenu dva broja destinacijskog časopisa Via Slavonija i Baranja, reprint brošure HeadOnEast na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku, izradu i nabavku lokalnih suvenira (kišobrana, vrećica) u okviru brand platforme te kupovinu proizvoda od lokalnih proizvođača za potrebe predstavljanja destinacije.

Troškovi:

Destinacijski časopis: 19.219,32 €

Domaći proizvodi: 980,01 €

Izrada kišobrana: 900,00 €

Tisak HoE brošura na hrvatskom, njemačkom i engleskom jeziku: 9.600,00 €

Izrada papirnatih vrećica: 537,50 €

Tisak plakata Via Slavonija Baranja: 200,00 €

Sufinanciranje izrade putopisa Baranja: 198,23 €

Ostalo: 109,87 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina vidljivosti ponude kroz ujednačenu komunikaciju destinacije putem promotivnih materijala i suvenira.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, OBŽ

Realizacija: 33.564,12 €

3.8. Internetske stranice:

3.8.1. Razvoj internet stranice

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Mrežna stranica www.visitslavoniabaranja.com nadograđivala se kroz implementaciju Outdoor Pro servisa, ažuriranje podstranice Smještaj i Restorani, kreiranje i implementacija podstranice Projekti te popravci mobilne verzije.

Ostvareni cilj aktivnosti:

povećanje vidljivosti ukupne ponude destinacije putem suvremene mrežne stranice destinacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ
Realizacija: 3.150,00 €

3.8.2. Održavanje stranice:

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka se odnosi na trošak redovitog tehničkog održavanja internet stranice Visit Slavonia Baranja tijekom 2025. godine i zakup domena i troškove google work space platforme u ukupnom iznosu od 1.616,90 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Osigurani tehnički uvjeti za rad TZ OBŽ kroz mail komunikaciju putem google work space platforme.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ

Realizacija: 1.616,90 €

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

3.9.1. Banka fotografija i pisanih materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZ OBŽ je ulagala u banku fotografija, video i pisanih materijala s ciljem stvaranja multimedijalnih materijala te formiranjem vlastite banke fotografija i pisanih tekstova za potrebe pripreme u izdavaštvu i promociji. Ukupni trošak iznosi 7.037,50 € i uključuje sljedeće:

- pisani materijali, video materijali, fotografije: 5.937,50 €

- pisani materijali i prijevodi: 1.100,00 €

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećani osnovni resursi za promociju ponude destinacije.

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

Realizacija: 7.037,50 €

3.9.2. Prijevodi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

stavka se odnosi na prijevode pisanih materijala za promociju putem različitih kanala.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećani osnovni resursi za promociju ponude destinacije.

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

Realizacija: 3.165,00 €

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

3.10.1. Izrada elaborata za smeđu signalizaciju

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Nije bilo postavljanja niti uklanjanja smeđe signalizacije.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Nije bilo postavljanja niti uklanjanja smeđe signalizacije.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Realizacija: 0,00 €

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Realizacija: 6.486,33 €

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Inicijalno punjenje sadržajem na web stranici Croatia.hr s područja Osječko-baranjske županije.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Poddomena Osječko-baranjske županije na stranici Croatia.hr ispunjena s PR člancima i fotografijama, trošak se odnosi na održavanje poddomene.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ

Realizacija: 150,00 €

4.2. Stručni skupovi i edukacije

4.2.1. Stručni skupovi i edukacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka se odnosi na financiranje kotizacija za djelatnike TZ OBŽ za DHT, Suncokret ruralnog turizma i drugo i vezane putne troškove za stručne skupove i koordinacije. Ukupan trošak iznosi 4.233,50 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina znanja za upravljanje turističkom destinacijom.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ

Realizacija: 4.233,50 €

4.3. Koordinacija i nadzor:

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

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZ OBŽ nastavila je praćenje djelovanja i izvršavanja ciljeva i zadataka 11 turističkih zajednica gradova i općina putem održavanja zajedničkih koordinacija, bilo uživo ili online. Uz to, TZ OBŽ je pružala stručnu pomoć dionicima na terenu u razvoju projekata koji su u fazi pripreme za prijavu na vezane EU programe/instrumente. Također TZ OBŽ pružalo podršku u provedbi aktivnosti na razini odobrenih udruživanja posenice u aktivnosti promocije i brendiranja. Aktivnost uključuje i koordinacije na nacionalnoj i regionalnoj razini. Ukupni trošak odnosi se na organizaciju koordinacija od strane TZ OBŽ te sudjelovanje na sastancima i koordinacijama na kojima je TZ OBŽ sudjelovala i iznosi 2.102,83 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina umreženosti turističkih zajednica na području Osječko-baranjske županije, povećana razina umreženosti TZ OBŽ na nacionalnoj i regionalnoj razini te povećana informiranost svih dionika na terenu i na institucionalnoj razini.

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

Realizacija: 2.102,83 €

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Realizacija: 3.125,00 €

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2025. godini TZ OBŽ učlanio se u Dunavski centar za kompetenciju, udruhu turističkih dionika posvećenih održivom razvoju i promociji Podunavlja kao vrhunske turističke destinacije. Članovi centra dolaze iz 9 zemalja podunavskog slijeva: Njemačke, Austrije, Slovačke, Mađarske, Hrvatske, Srbije, Rumunjske, Bugarske i Ukrajine. Vodeći su partner projekta #RomansWineDanube gdje je TZ OBŽ partner te nositelj certificirane EU kulturne rute Putevima rimskih careva i podunavska vinska ruta.

Trošak iznosi ukupno 3.125,00 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Učlanjenje u Dunavski centar za kompetenciju.

Dunavski centar za kompetenciju (DCC) je udruženje turističkih aktera sa sjedištem u Beogradu, posvećeno održivom razvoju i promociji Podunavlja kao vrhunske turističke destinacije.

Nositelj i partneri:

Realizacija: 3.125,00 €

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Realizacija: 193.196,82 €

6.1. Rashodi za zaposlene

6.1.1. Bruto plaća

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Rad djelatnika ureda TZ OBŽ tijekom 2025. godine, ukupno 5 osoba – 1 direktor, 1 savjetnik, 2 stručna suradnika i 1 administrativni referent, s time da je direktorica Ivana Jurić krajem veljače otišla na porodiljni dopust pa je ostatak godine radilo četvero zaposlenih. Trošak se odnosi na rashode za zaposlene: neto plaće, poreze, prireze i doprinose. Trošak iznosi ukupno 146.674,34 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Osigurani ljudski resursi za realizaciju programa rada za 2025. godinu.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ

Realizacija: 146.674,34 €

6.1.2. Troškovi putovanja

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka obuhvaća troškove putovanja vezane uz redovitu djelatnost TZ OBŽ i realizaciju programa rada za 2025. godinu. Uključuje troškove prijevoza na posao za djelatnike, putovanja na koordinacije Klastera Slavonija, sastanke HTZ-a, Ministarstva turizma i sporta i drugih dionika tijekom godine.

Ostvareni cilj aktivnosti:
Osigurani uvjeti za realizaciju programa rada za 2025. godinu.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ
Realizacija: 7.933,50 €

6.1.3. Ostali rashodi za zaposlene

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Stavka obuhvaća ostale troškove za zaposlene: regrese, uskrsnica, božićnica, topli obrok i ostala prava definirana Pravilnikom o radu (smrtni slučaj, sistematski pregled, obvezno osiguranje). Trošak iznosi ukupno 10.043,36 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:
Osigurani uvjeti za rad ureda TZ OBŽ tijekom 2025. godine.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ
Realizacija: 10.043,36 €

6.2. Rashodi ureda

6.2.1. Materijalni troškovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Trošak se odnosi na rashode funkcioniranja ureda turističke zajednice - troškove poštarine, reprezentacije, sitnog uredskog materijala i inventara, Narodne novine, pretplatu Glas Slavonije i drugo. Trošak iznosi ukupno 1.553,88 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:
Osigurani uvjeti za rad ureda TZ OBŽ tijekom 2025. godine.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, HTZ
Realizacija: 1.553,88 €

6.2.2. Nematerijalni troškovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Trošak se odnosi na rashode funkcioniranja ureda turističke zajednice - troškove održavanja prostora, režijske troškove, telefon, zaštite na radu, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, javnobilježničke troškove i drugo. Trošak iznosi ukupno 25.852,79 €.

Ostvareni cilj aktivnosti: osigurani uvjeti za rad ureda TZ OBŽ tijekom 2025. godine.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ
Realizacija: 25.852,79 €

6.2.3. Ostali troškovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Trošak se odnosi na ostale rashode funkcioniranja ureda turističke zajednice, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme, odvoz smeća, reprezentaciju i drugo. Trošak iznosi ukupno 1.138,95 €.

Ostvareni cilj aktivnosti:
Osigurani uvjeti za rad ureda TZ OBŽ tijekom 2025. godine.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ

Realizacija: 1.138,95 €

6.3. Tijela turističke zajednice

6.3.1. Sjednice tijela, predstavljanje Tijela

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma u radu Turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela su sukladno općim aktima, održala svoje sjednice. Članovi tijela TZ OBŽ, Turističkog vijeća i Skupštine, ne primaju naknadu za svoj rad.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Osigurani uvjeti za rad Tijela TZ OBŽ tijekom 2025. godine.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, OBŽ, članovi Tijela

Realizacija: 0,00 €

AMORTIZACIJA

Sredstva amortizacije odnose na računalnu opremu, namještaj, programski software i drugo.

Realizacija: 2.935,04 €

9. FONDOVI – posebne namjene

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

Realizacija: 243.320,00 €

TZ OBŽ je tijekom 2025. godine provela decentralizirani javni natječaj za dodjelu potpora projektima turističkim zajednicama na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu, za područje Osječko-baranjske županije. Natječaj je proveden uz naputke Hrvatske turističke zajednice, objavljen 9. prosinca 2024. na mrežnim stranicama TZ OBŽ i komuniciran e-mailom prema LTZ sustavu. Povjerenstvo za vrednovanje projekata LTZ na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu za područje OBŽ sastavljeno od dva predstavnika Turističkog vijeća TZ OBŽ, dva predstavnika Hrvatske turističke zajednice i predstavnika Ministarstva turizma i sporta, ocijenilo je ukupno 22 pristigle prijave te predložilo Turističkom vijeću Hrvatske turističke zajednice za sufinanciranje kroz Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent za 2025. godinu ukupno 16 projekata u vrijednosti od 270.000,00 €. Odluka je donesena na 43. sjednici Turističkog vijeća HTZ-a održanoj 5. svibnja 2025. godine, a potvrđeni iznos iznosio je 251.640,00 €. Cijeli proces je administrativno podržala TZ OBŽ. Ugovaranje i nadzor realizacije projekata LTZ-a u nadležnosti je TZ OBŽ, koja je sredinom svibnja svim korisnicima dostavila nacрте ugovora ili potpisan ugovor, ovisno o traženoj dinamici ugovaranja od strane korisnika. Uspješno je provedeno 15 projekata, dok je jedna LTZ zbog poteškoća u provedbi od jednog projekta morala odustati. Konačni iznos potpora, isplaćenih LTZ na području OBŽ u 2025. godini iznosio je 242.320,00 eura.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećana razina ukupne konkurentnosti destinacije kroz razvoj novih proizvoda i druge aktivnosti.

Nositelj i partneri: TZ OBŽ, HTZ, MINTS

Realizacija: 242.320,00 €

III. IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA –TABLIČNI PRIKAZ

FINACIJSKI PRIKAZ PLANA RADA TZ OBŽ - 2025.							
RB		PRIHODI	PLAN 2025. (u EUR)	REBALANS PLANA ZA 2025.	REALIZIRANO 31.12.2025.	indeks izvršenje / rebalans	STRUKTURA %
1.		Izvorni prihodi	200.000,00	237.000,00	236.430,03	99,76	18,61
	1.1.	Turistička pristojba	62.000,00	74.000,00	74.363,74	100,49	5,85
	1.2.	Članarina	138.000,00	163.000,00	162.066,29	99,43	12,76
2.		Prihodi iz proračuna Osječko-baranjske županije	230.000,00	230.000,00	230.000,00	100,00	18,11
	2.1.	za programske aktivnosti	177.000,00	177.000,00	177.000,00	100,00	13,93
	2.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	53.000,00	53.000,00	53.000,00	100,00	4,17
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	404.000,00	453.500,00	455.013,76	100,33	35,82
	3.1.	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	400.000,00	438.000,00	438.000,00	100,00	34,48
	3.2.	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	0,00	0,00		0,00
	3.3.	Ostali prihodi od sustava turističkih zajednica	4.000,00	15.500,00	17.013,76	109,77	1,34
4.		Prihodi iz EU fondova	40.000,00	58.552,00	58.568,08	100,03	4,61
	4.1.	Interreg Danube #RomanWineRoute	40.000,00	58.552,00	58.568,08	100,03	4,61
	4.2.	ostali EU projekti	0,00	0,00			0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	10.000,00	55.906,00	55.906,07	100,00	4,40
7.		Ostali prihodi	220.000,00	260.700,00	234.354,44	89,89	18,45
		SVEUKUPNO	1.104.000,00	1.295.658,00	1.270.272,38	98,04	100,00

RB		AKTIVNOSTI	PLAN 2025. (u EUR)	REBALANS PLANA ZA 2025.	REALIZIRANO 31.12.2025.	indeks izvršenje / rebalans	STRUKTURA %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	14.000,00	5.200,00	5.200,00	100,00	0,43
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	14.000,00	5.200,00	5.200,00	100,00	0,43
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0,00	0,00			0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00			0,00
		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE - UKUPNO	14.000,00	5.200,00	5.200,00	100,00	0,43
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	297.000,00	370.900,00	359.141,97	96,83	29,62
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	0,00	0,00			0,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	83.000,00	85.900,00	75.835,15	88,28	6,26
	2.2.1.	Razvoj proizvoda na razini destinacije - "Slavonia Baranja Outdoors" aktivni turizam	15.000,00	1.560,00	1.500,00	96,15	0,12
	2.2.2.	Razvoj i unaprjeđenje ključnih turističkih proizvoda županije/regije	68.000,00	84.340,00	74.335,15	88,14	6,13
	2.2.2.1.	Kulturni i vinski turizam - projekt RomansWineDanube, Interreg Dunav	60.000,00	80.240,00	70.241,36	87,54	5,79
	2.2.2.2.	Iter Vitis - Dioniz - OBŽ Vinska destinacija godine	8.000,00	4.100,00	4.093,79	99,85	0,34
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	212.000,00	285.000,00	283.306,82	99,41	23,37
	2.3.1.	Manifestacije u organizaciji i suorganizaciji TZŽ	187.000,00	259.500,00	257.498,95	99,23	21,24
	2.3.1.1.	HeadOnEast festival	140.000,00	201.000,00	197.110,85	98,07	16,26
	2.3.1.2.	Večer vina i umjetnosti	30.000,00	51.500,00	51.465,89	99,93	4,25
	2.3.1.3.	Vinski mjesec destinacije (GO i ostala događanja, promocija i sl.)	4.000,00	5.000,00	4.980,27	99,61	0,41
	2.3.1.4.	Oprema za realizaciju manifestacija i skladištenje	13.000,00	2.000,00	3.941,94	197,10	0,33
	2.3.2.	Potpora manifestacijama	25.000,00	25.500,00	25.807,87	101,21	2,13
	2.3.2.1.	Regionalne i lokalne manifestacije	20.000,00	23.000,00	21.727,79	94,47	1,79
	2.3.2.2.	Nacionalne i međunarodne manifestacije	5.000,00	2.500,00	4.080,08	163,20	0,34
	2.4.	Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom	0,00	0,00	0,00		0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	2.000,00	0,00	0,00		0,00
		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA - UKUPNO	297.000,00	370.900,00	359.141,97	96,83	29,62

3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	593.500,00	648.325,00	642.278,86	99,07	52,98
	3.1.	Definiranje <i>brending</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	10.000,00	5.940,00	5.922,00	99,70	0,49
	3.1.1.	HeadOnEast Croatia / Visit Slavonija Baranja brand platforma	10.000,00	5.940,00	5.922,00	99,70	0,49
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	214.000,00	237.450,00	226.429,66	95,36	18,68
	3.2.1.	On-line oglašavanje	99.000,00	173.550,00	175.415,60	101,07	14,47
	3.2.1.1.	On-line oglašavanje	91.000,00	166.350,00	167.510,11	100,70	13,82
	3.2.1.2.	Upravljanje on-line oglašavanjem (društvene mreže i dr.)	8.000,00	7.200,00	7.905,49	109,80	0,65
	3.2.2.	Offline oglašavanje	75.000,00	33.700,00	33.147,46	98,36	2,73
	3.2.2.1.	Oglašavanje u tisku	25.000,00	19.500,00	18.881,25	96,83	1,56
	3.2.2.2.	TV i radio oglašavanje	20.000,00	10.200,00	10.179,84	99,80	0,84
	3.2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	30.000,00	4.000,00	4.086,37	102,16	0,34
	3.2.3.	Produkcija oglasnih materijala (tisak, snimanje i sl.)	40.000,00	30.200,00	17.866,60	59,16	1,47
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	9.000,00	10.800,00	10.831,55	100,29	0,89
	3.3.1.	Studijska putovanja - novinari	4.000,00	6.200,00	6.226,55	100,43	0,51
	3.3.2.	HeadOnEast kampanja - ambasadori destinacije 2024./2025.	5.000,00	4.600,00	4.605,00	100,11	0,38
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	270.000,00	321.300,00	321.377,76	100,02	26,51
	3.4.1.	Klaster Slavonija - projekti	10.000,00	8.700,00	8.785,36	100,98	0,72
	3.4.2.	Strateški projekti (touroperatori, avio linije, stručni portali, standardi)	260.000,00	312.600,00	312.592,40	100,00	25,78
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	19.000,00	17.800,00	17.824,57	100,14	1,47
	3.5.1.	Samostalni nastupi i prezentacije	13.000,00	10.500,00	10.540,58	100,39	0,87
	3.5.2.	Nastupi u suradnji s Klasterom Slavonija I HTZ-om	6.000,00	7.300,00	7.283,99	99,78	0,60
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	6.000,00	1.600,00	1.690,44	105,65	0,14
	3.6.1.	DMK - razvoj i prezentacije	2.000,00	0,00	0,00		0,00
	3.6.2.	Studijska putovanja - turističke agencije	4.000,00	1.600,00	1.690,44	105,65	0,14
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	39.000,00	38.300,00	43.233,48	112,88	3,57
	3.7.1.	Priprema promotivnog materijala	12.000,00	7.500,00	9.669,36	128,92	0,80
	3.7.2.	Izrada promotivnog materijala i suvenira	27.000,00	30.800,00	33.564,12	108,97	2,77
	3.8.	Internetske stranice	6.000,00	4.920,00	4.766,90	96,89	0,39
	3.8.1.	Razvoj internet stranice	3.000,00	3.150,00	3.150,00	100,00	0,26
	3.8.2.	Održavanje stranice	3.000,00	1.770,00	1.616,90	91,35	0,13
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	19.000,00	10.215,00	10.202,50	99,88	0,84
	3.9.1.	Banka fotografija, video materijala i pisanih materijala	11.000,00	7.050,00	7.037,50	99,82	0,58
	3.9.2.	Prijevod	5.000,00	3.165,00	3.165,00	100,00	0,26
	3.9.3.	Vođenje i upravljanje bazom podataka - podrška	3.000,00	0,00	0,00		0,00
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	1.500,00	0,00	0,00		0,00
	3.10.1.	Izrada elaborata za smeđu signalizaciju	1.500,00	0,00	0,00		0,00

4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	13.500,00	6.200,00	6.486,33	104,62	0,54
4.1.		Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	1.500,00	0,00	150,00		0,01
4.1.1.		Hrvatski digitalni turizam i dr. projekti - tehnička podrška	1.500,00	0,00	150,00		0,01
4.2.		Stručni skupovi i edukacije	6.000,00	4.200,00	4.233,50	100,80	0,35
4.2.1.		Stručni skupovi i edukacije	6.000,00	4.200,00	4.233,50	100,80	0,35
4.3.		Koordinacija i nadzor	4.000,00	2.000,00	2.102,83	105,14	0,17
4.3.1.		Koordinacija sa sustavom turističkih zajednica na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini i drugim dionicima sektora	4.000,00	2.000,00	2.102,83	105,14	0,17
4.4.		Upravljanje kvalitetom u destinaciji	2.000,00	0,00	0,00		0,00
4.5.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00	0,00	0,00		0,00
		DESTINACIJSKI MENADŽMENT - UKUPNO	13.500,00	6.200,00	6.486,33	104,62	0,54
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	1.000,00	3.125,00	3.125,00	100,00	0,26
5.1.		Međunarodne strukovne i sl. organizacije	500,00	3.125,00	3.125,00	100,00	0,26
5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	500,00	0,00	0,00		0,00
		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA - UKUPNO	1.000,00	3.125,00	3.125,00	100,00	0,26
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	180.000,00	192.400,00	193.196,82	100,41	15,94
6.1.		Rashodi za zaposlene	151.000,00	165.400,00	164.651,20	99,55	13,58
6.1.1.		Bruto plaća	134.000,00	147.900,00	146.674,34	99,17	12,10
6.1.2.		Troškovi putovanja	8.000,00	8.000,00	7.933,50	99,17	0,65
6.1.3.		Ostali rashodi za zaposlene	9.000,00	9.500,00	10.043,36	105,72	0,83
6.2.		Rashodi uređa	27.000,00	27.000,00	28.545,62	105,72	2,35
6.2.1.		Materijalni troškovi	4.000,00	2.000,00	1.553,88	77,69	0,13
6.2.2.		Nematerijalni troškovi	18.000,00	24.000,00	25.852,79	107,72	2,13
6.2.3.		Ostali troškovi	5.000,00	1.000,00	1.138,95	113,90	0,09
6.3.		Tijela turističke zajednice	2.000,00	0,00	0,00		0,00
6.3.1.		Sjednice tijela, predstavljanje Tijela	2.000,00	0,00	0,00		0,00
6.4.		Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0,00	0,00	0,00		0,00
		ADMINISTRATIVNI POSLOVI - UKUPNO	180.000,00	192.400,00	193.196,82	100,41	15,94
7.		REZERVA	5.000,00	5.000,00		0,00	0,00
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
		AMORTIZACIJA		132,74	2.935,04	2.211,12	0,24
		SVEUKUPNO 1	1.104.000,00	1.231.282,74	1.212.364,02	98,46	100,00
		PRIHODI - KONTROLA					
9.		FONDOVI - posebne namjene					
9.1.		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	200.000,00	242.320,00	242.320,00	100,00	18,12
9.2.		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00			0,00	0,00
		SVEUKUPNO 2	200.000,00	242.320,00	242.320,00	100,00	18,12
		TOTAL	1.304.000,00	1.473.602,74	1.454.684,02	100,00	18,12

Rezultat poslovanja

Ukupno ostvareni prihodi tijekom 2025. godine iznose 1.270.272,38 EUR, dok sveukupni rashodi tijekom 2025. godine iznose 1.212.364,02 EUR. Razlika između prihoda i rashoda tijekom 2025. godine iznosi ukupno 57.908,36 EUR. Uz navedeno ostvareni su prihodi iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent u iznosu od 242.320,00 EUR te su sva sredstva i realizirana, no sukladno Metodologiji izrade godišnjeg programa rada te vezanog izvješća od strane Ministarstva turizma i sporta, županijska (regionalna) turistička zajednica sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koja joj doznačuje HTZ, a koja TZŽ/RTZ daljnje doznačuje prema lokalnim turističkim zajednicama, TZŽ/RTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene i ne prikazuje kao prihode s obzirom da su lokalne turističke zajednice krajnji korisnici sredstava.