

Osnovna šola Tržič
Šolska ulica 7
4290 Tržič

TRŽIŠKE NOGAVICE:

TRADICIJA, KI HODI S ČASOM



Avtorji naloge so člani turističnega krožka OŠ Tržič: Jon Ahačič, Neža Avsenek, Ela Liza Bergant, Živa Dolhar, Domen Drol, Nina Godnov, Ana Lindav, Ela Nemc, Nik Papler, Sara Pegan Žvokelj, Brina Inja Perko, Florjan Potrbin, Mia Roblek, Gašper Romih Stella Rupar, Tinkara Soklič, Veronika Sokolova, Ajda Škaper, Krištof Štamcar

Mentorici: Lara Lipar in Anja Rojec

Tržič, šolsko leto 2024/25

Osnovna šola Tržič

Šolska ulica 7, 4290 Tržič

Tel.: (04) 597 12 50

e-pošta: tajnistvo@ostrzic.si

<https://www.ostrzic.si>

NASLOV RAZISKOVALNE NALOGE: Tržiške nogaVICe – tradicija, ki hodi s časom

Avtorji: Jon Ahačič, Neža Avsenek, Ela Liza Bergant, Živa Dolhar, Domen Drol, Nina Godnov, Ana Lindav, Ela Nemc, Nik Papler, Sara Pegan Žvokelj, Brina Inja Perko, Florjan Potrbin, Mia Roblek, Gašper Romih Stella Rupar, Tinkara Soklič, Veronika Sokolova, Ajda Škaper, Krištof Štamcar

Mentorici: Lara Lipar, Anja Rojec

POVZETEK

Tržič ima bogato obrtniško zgodovino, zlasti na področju čevljarstva in nogavičarstva. V želji po ohranjanju te dediščine in ustvarjanju sodobnega turističnega produkta smo razvili **Tržiške nogaVICe** – hudomušne nogavice, ki združujejo tradicijo in sodoben dizajn.

Pri načrtovanju in oblikovanju izdelka smo uporabili različne metode, kot so raziskovanje zgodovine, analiza trga, delo na terenu in sodelovanje z lokalnimi podjetji in umetniki. Navdih za dizajn smo našli v tržiškem slovarju, pri čemer smo izbrali besedo "beca" ter jo povezali z legendo o nastanku tržiških bržol. Oblikovanje nogavic je vključevalo sodelovanje s bivšo učenko, ki je ustvarila ilustracijo ovce, ter izbiro tradicionalne modre barve tržiškega mordrotiska.

Tržiške nogaVICe predstavljajo turistični produkt s potencialom za nadaljnji razvoj. Z vključitvijo v lokalno ponudbo, prodajo v planinskih kočah in sodelovanjem s turističnimi organizacijami lahko postanejo prepoznaven tržiški spominek ter prispevajo k ohranjanju kulturne dediščine.

Naloga je dostopna na spletni strani OŠ Tržič. Nalogo imajo tudi avtorji in mentorici.

Ključne besede: tradicija nogavičarstva, turistični spominek, trženje ponudbe, trend

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujemo za vso pomoč pri tem projektu našim sponzorjem: avtobusni prevozi Luka PGT, Pavel Jazbec s.p., Moji štruklji, Mali e-Tiko.

Prav tako se zahvaljujemo ilustratorki Alini Jakimovski.

Še posebna zahvala gre našemu lokalnemu rapreju Joštu Urbancu a.k.a. Joe Joe, ki nam je pomagal pri snemanju in iskanju ritmov ter rim.

Zahvaljeujemo se za vso podporo in navdih našima mentoricama Anji Rojec in Lari Lipar.

KAZALO

1 UVOD	1
2 NAČRTOVANJE IN OBLIKOVANJE PRODUKTA POVEZANEGA S KULTURNO DEDIŠČINO	2
3 CILJI NAŠEGA DELA	2
4 IDEJNA ZASNOVA	3
5 IDEJA	3
5 TRŽIŠKE NOGAVICE	4
5.1 OBLIKOVANJE NOGAVIC	4
.....	5
5.2 SNEMANJE REKLAMNEGA VIDEOSPOTA.....	6
5.3 POSLOVNA PRILOŽNOST	7
5.4 FINANČNA REALIZACIJA PROJEKTA.....	9
5.5 TRŽENJE PRODUKTA	10
5.6 IZDELAVA NOGAVIC	11
6 PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA NA STOJNICI	12
7 ZAKLJUČEK	13
8 VIRI IN LITERATURA	14

KAZALO SLIK

Slika 1: obisk tržiškega muzeja.....	2
Slika 2: brainstorming na delovnem vikendu	3
Slika 3: snemanje video vabila za sodelovanje	3
Slika 4: ilustracija bece, ki razmišlja	4
Slika 5: ilustracija bece, ki se hihita	4
Slika 6: oblikovanje nogavic.....	5
Slika 7: etiketa nogavic	5
Slika 8: oblikovanje promocijskih majic.....	10
Slika 9: izbira odtenka modre barve	11

KAZALO TABEL

Tabela 1: donacije.....	9
Tabela 2: odhodki.....	9

1 UVOD

Tržič je mesto z bogato obrtniško zgodovino, kjer je čevljarstvo skozi stoletja igralo ključno vlogo v lokalnem gospodarstvu. Znanje izdelave kakovostne obutve se je prenašalo iz generacije v generacijo, in čeprav je čevlarska dejavnost danes manj prisotna kot nekoč, njeni vplivi še vedno oblikujejo identiteto kraja. Manj znano, a prav tako pomembno, je bilo tudi tržiško nogavičarstvo, ki je nekoč dopolnjevalo čevlarsko tradicijo.

Tržič je bil najmočnejše nogavičarsko središče na Slovenskem. Visoke volnene nogavice so izdelovali moški, ženske in otroci. Največ so jih barvali v višnjevo barvo. Ta barva pa ni bila rdeča, kot bi si mislili na prvi pogled, a je bila vijolična.

V želji, da bi obudili del te bogate kulturne dediščine in hkrati ustvarili sodoben turistični produkt, smo se odločili za razvoj edinstvenih nogavic – **Tržiških nogaVIC**. Gre za hudomušne in kakovostne nogavice z lokalnim pridihom, ki združujejo tradicijo in sodobni dizajn.

V nadaljevanju bomo predstavili celoten proces načrtovanja in oblikovanja tega izdelka, od prvotnih idej do končnega produkta. Opisali bomo, kako smo raziskovali tržiško dediščino, iskali navdih v lokalnem narečju in simbolih ter kako smo razvili nogavice. Analizirali bomo trg, predstavili prednosti in izzive produkta ter ovrednotili njegovo turistično in promocijsko vrednost.

2 NAČRTOVANJE IN OBLIKOVANJE PRODUKTA POVEZANEGA S KULTURNO DEDIŠČINO

Metodologija dela:

- brainstorming
- delo z literaturo in spletnimi viri
- analiza obstoječe ponudbe na trgu
- delo na terenu (obisk Tržiškega muzeja, pogovori in sestanki na občini Tržič, sodelovanje s podjetjem Pavel Jazbec, snemanje promocijskega videospota, sestanki z umetnico Alino Jakimovsko ter glasbenikom Joštom Urbancom)
- izdelava in oblikovanje produkta povezanega s tržiško tradicijo
- trženje

3 CILJI NAŠEGA DELA

Cilj našega dela in raziskovanja je bil obuditi nogavičarsko tradicijo, ki je bila v Tržiču včasih močno prisotna in pomembna, obenem pa smo jo želeli povezati s še vedno močno prisotno čevljarstvo tradicijo.

Odločili smo se, da bomo oblikovali zabavne ter humoristične nogavice, ki jih bodo z veseljem nosile vse generacije. Vsekakor lahko namig o vsebini nogavic razberete že iz našega naslova.



Slika 1: obisk tržiškega muzeja

Cilj našega dela je bil izdelati modern produkt, ki je povezan s kulturno dediščino. Obenem pa smo želeli ustvariti nekaj, kar bi bogatilo tudi turistično ponudbo našega kraja. O tem, kaj točno bi ustvarili, smo razmišljali kar nekaj časa. Naša prva asociacija je bil spominek povezan s čevljarstvom, a ker bi bilo ustvariti čevlje res težko, smo iskali ja nogavičarstva. Takoj smo vedeli, da je to

to. Tako nam je uspelo ustvariti tržiške nogaVICe. Nogavice bomo povezali tudi s čevljarstvom, saj bomo v video spotu obuti v jazbečarke, ki so prepoznavni del tržiške čevljarstvo tradicije.

4 IDEJNA ZASNOVA

V TPIC Tržič smo se opravili pogledat, ali tam že imajo kakšne svoje nogavice. Ugotovili smo, da nogavic še ni v turistični ponudbi.

Na delovnem vikendu turističnega krožka smo zbirali različne ideje, kaj bi lahko dali na nogavice. Razmišljali smo o ovcah, tržiškem zmaju, petelinu, pticah in hribih. Večina Tržičanov je zavzetih hribolazcev, prav tako pa večina obiskovalcev Tržič obišče zato, da bi lahko skočili na kakšen čudovit tržiški hrib. Prelistali smo tudi tržiši slovar in iskali stare, tradicionalne reke ter besede, ki bi popestrile naše nogavice.



Slika 2: brainstorming na delovnem vikendu

5 IDEJA

Ob listanju tržiškega slovarja smo naleteli na besedo beca. Takoj smo vedeli, da bo to izhodiščni navdih za naš izdelek.



Slika 3: snemanje video vabila za sodelovanje

Inspiracijo za šalo pa smo našli v ljudskem izročilu o nastanku tržiških bržol. Ta pravi, da so Tržičani radi zahajali v gore. Nekega dne se je skupina Tržičanov podala proti Kofcam. Prenočili so v planšarski koči. Tam so se zabavali, potem pa jim je zmanjkalo hrane. Okoli koče so se pasle ovce. Enega od njih so poslali ven, naj upleni kakšno ovco, da bodo imeli kaj za pod zob. Skuhali so si jed iz ovčjega mesa. V koči so našli samo malo čebule, zato je šel eden nabirat zelišča, ki so rasla tam okoli. Nabral je nekaj mahov ter brinove jagode. Vse to so dali v lonec k mesu, ki se je kuhalo v vodi. Tako so nastale tržiške bržole. Ker smo vedeli, da bomo idejo sami težko izpeljali, smo na delovnem

vikendu posneli video vabilo za sponzorje. Med drugim smo ga poslali tudi Fehtarjem, a se nanj žal niso odzvali. Smo pa skupno zbrali 750 evrov, s katerimi smo lahko realizirali svojo idejo o nogavicah.

5 Tržiške nogaVICe

Tako smo pričeli z ustvarjanjem tržiških nogaVIC, ki predstavljajo del tržiške tradicije nogavičarstva hkrati pa promovirajo tržiški turizem. Tržič je znan širom Slovenije prav po prekrasnih okoliških hribih.

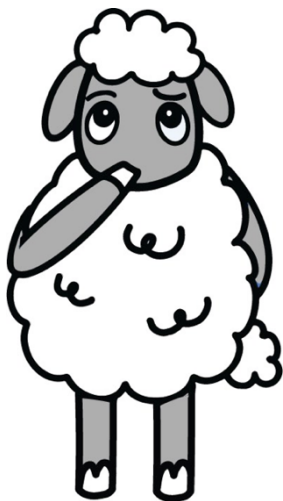
5.1 OBLIKOVANJE NOGAVIC

Pri oblikovanju nogavic smo skupaj staknili glave vsi člani turističnega krožka. Tako smo naredili idejno zasnovo, kaj želimo, da nogavica predstavlja. Prelistali smo tržiški slovar in našli besede, ki so nas najbolj navdihnile. Zmagovalka našega iskanja je bila beseda BECA. Tržič je namreč poznan po becah, ki imajo dolgo tradicijo tako v tržiških hribih kot v tržiški kulinariki.

Želeli smo ustvariti par nogavic, pri katerih bi imela prva nogavica napis: *Kje so bece?*. Druga nogavica bi imela napis: *u bržolah*, na podplatu pa bi pisalo *ne me sezuvat*.

Na obeh nogavicah bi bila ilustracija ovce. Prav tako smo si želeli na nogavice nekako vključiti tradicionalno barvo tržiškega mordrotiska, ki je bila značilna v tržiškem nogavičarstvu.

Za ilustracijo, ki krasi nogavico, smo kontaktirali bivšo učenko OŠ Tržič, ki obiskuje srednjo oblikovno šolo. Skupaj smo pripravili dizajn ovčke in počasi smo učenci turističnega krožka oblikovali nogavice.



Slika 4: ilustracija bece, ki razmišlja



Slika 5: ilustracija bece, ki se hihita



Slika 6: oblikovanje nogavic

Ustvarili pa smo tudi svojo etiketo, ki bo krasila naše nogavice.



Slika 7: etiketa nogavic

5.2 SNEMANJE REKLAMNEGA VIDEOSPOTA

Pri snemanju video spota smo sodelovali tudi z lokalnim raperjem Joštom, ki deluje pod umetniškim imenom Joe Joe.

Pomagal nam je napisati rime ter nam uredil, da smo lahko posneli glasbeno podlago v studiu, ki je del tržiškega inkubatorja.

Besedilo za promocijski video

Vas zanimajo novice? ja!

Kdo vam nove nogavice da?

Hey frend, kupi nogavice naše

Mamo nov brand, vsakemu na nogo paše

(Mi smo Tržičan) je del naše kulture,

K Peko učas, za štumfe delamo nadure.

Bli so z volne narejeni, danes iz bombaža

Beli štumfi in pa papuče - trend k tetovaža,

Mi hodimo s časom, (proizvod za vse nacije)

Za stare (za mlade) za vse generacije.

Za prfokse k z nami dosejajo vrhove

Za tržiške obiskovalce, k hodijo v gore.

Kje so bece? (Bee) v Tržiskih bržolah,

Ne me sezuvat - logo šetka zdej po šolah.

Trgovino in turizem vračamo na cesto,

Jazbec in ProAlp mata že svoje mesto,

Želimo da potrošnik bo oblečen in vesel,

Pa še ceno bomo zrihtal, še "Gorenc" jih bo vzel.

Učenci bodo obuti v Jazbečarke, ki so del tržiške tradicije čevljarstva. 6 parov nam jih je poklonilo podjetje JP Trade, Pavel Jazbec s.p.

5.3 POSLOVNA PRILOŽNOST

Analiza trga in SWOT analiza hudomušnih pohodnih nogavic za Tržič

S pomočjo umetne inteligence smo pripravili analizo trga ter SWOT analizo.

Tržni segment:

- Glavna ciljna skupina: pohodniki, turisti, obiskovalci Tržiča, ljubitelji narave in gora.
- Sekundarna ciljna skupina: domačini, ljubitelji unikatnih nogavic in izdelkov z lokalnim pridihom, zbiratelji.

Konkurenčno okolje:

- Na trgu že obstajajo pohodna oblačila in nogavice priznanih blagovnih znamk (npr. Alpina, Planika, Alpine Nation, Hribovc ...).
- Manjša konkurenca v segmentu hudomušnih pohodnih nogavic s črnim humorjem in lokalnim pridihom.
- Možnost sodelovanja s trgovinami z darili, spominki, planinskimi kočami in lokalnimi podjetji.

Potencialna prodajna mesta:

- Turistični center Tržič, lokalne trgovine s spominki, Tržiški muzej, spletna prodaja.
- Planinske kočje, pohodniške trgovine, prireditve in sejmi.

SWOT analiza

Prednosti:

- Unikaten produkt s humorjem, ki izstopa na trgu.
- Povezanost z lokalnim okoljem in sodelovanje z lokalnimi obrtniki.
- Primeren za turiste, pohodnike in ljubitelje gora.
- Dobra darilna ideja za obiskovalce in domačine.
- Možnost trajnostne proizvodnje (lokalni proizvod, eko-prijazni postopki).

Slabosti:

- Ozka ciljna skupina – zanimanje predvsem pri pohodnikih in ljubiteljih humorja.
- Višja cena v primerjavi s klasičnimi pohodnimi nogavicami.
- Potrebno bo vlaganje v prepoznavnost in promocijo.

Priložnosti:

- Možnost širjenja linije izdelkov (majice, kape, dodatki).
- Sodelovanje z lokalnimi planinskimi društvi in festivali.
- Privabljanje pozornosti s strani influencerjev in ljubiteljev humorja.
- Poudarek na trajnosti in lokalni izdelavi kot prodajna prednost.

Grožnje:

- Možnost kopiranja ideje s strani konkurence.
- Omejen interes pri turistih, ki iščejo bolj tradicionalne spominke.
- Neuspeh pri vključitvi humorja, ki bi lahko bil napačno razumljen.

5.4 FINANČNA REALIZACIJA PROJEKTA

Tu bomo analizirali finančne prihodke in odhodke ter tako ugotovili, ali bo projekt izvedljiv.

PREDVIDENI PRIHODKI IN ODHODKI

Tabela 1: donacije

Donacije	Znesek
Avtobusni prevozi LUKA PGT	200 €
Mali e-tiko	200 €
JP trade, Pavel Jazbec s.p.	100 €
Moji štruklji	250 €
Materialne donacije	
6 parov jazbečark (JP trade, Pavel Jazbec s.p.)	Donacija (192 €)

Tabela 2: odhodki

ODHODKI	Znesek
Oblikovanje ilustracije (Alina Jakimovska)	50 €
200 parov nogavic	915 €

Snemanje video spota ter glasbene podlage je bilo brezplačno. Skupaj smo imeli 955 € dohodkov, a smo imeli še nekaj denarja, ki smo ga pridobili prejšnja leta od prodaje knjižic Zmaj Nace na potepu.

S finančnega vidika je realizacija produkta mogoča.

PREDVIDENI PRIHODKI OD PRODAJE NOGAVIC

Predvidevamo, da bomo prodali 160 parov nogavic. 40 pa jih bomo pustili za promocijske namene, kar je skupno 20 %.

Skupna vrednost prodanih nogavic, če predpostavimo, da bomo en par prodali za 12 evrov, bi bila 1.920 €. To bi pomenilo, da bi skupno imeli 1.000 € zaslužka.

5.5 TRŽENJE PRODUKTA

Ciljne skupine in prilagojeno oglaševanje:

- turisti
- pohodniki
- domačini

Sodelovanje z lokalno skupnostjo:

Nogavice bomo prodajali v tržiškem muzeju in tržiških planinskih kočah, s katerimi že sodelujemo pri prodaji knjižice Zmaj Nace na potepu. Če bo občina Tržič zainteresirana, bomo nogavice prodajali tudi v TPIC Tržič. Za pomoč pri pripravi reklame bomo prosili tržiškega raperja Joe Joe-a.

Nogavice smo izdelali pri lokalnem gorenjskem nogavičarstvu Bučan.

Kreativni reklamni material

- obeski iz pene ali lesa
- majice
- nalepke s qr kodami



Slika 8: oblikovanje promocijskih majic

Oglaševanje

- lokalni časopis Tržičan
- časopis Gorenjski glas
- radio Gorenc

- instagram turističnega krožka
- plakati v kočah

Družbena omrežja

- Izdelek bomo oglaševali tudi na instagramu, uporabili bomo oznake #TržiškeNogaVICe, #BecaUBržolah.

Dogodki in promocije

- Promocija na lokalnih dogodkih: tek po ulicah Tržiča, Miklavžev prižig lučk.

Prodaja

- Planinske kočice (koča na Ljubelju, planinski dom pod Storžičem, koča na Zelenici, koča na Dobrči...)
- TPIC Tržič
- Tržiški muzej

Možnost širjenja linije izdelkov

Izdelek ima odlične možnosti za širjenje linije izdelkov. Imamo že zamisli za 2 nova dizajna nogavic, ki bosta prav tako povezana z lokalno tradicijo.

Cenovna strategija

- cena enega para nogavic : 12 €
- paket po ugodnejši ceni: knjižica Zmaj Nace na potepu ter par nogaVIC: 15 €

5.6 Izdelava nogavic

Ko smo imeli okviren dizajn nogavic in ilustracije smo v sodelovanju z nogavičarstvom Bučan izdelali nogavice. Kar se mogoče zdi kot mala malica, je bil za nas kar velik zalogaj. Prvič smo se srečali z izbiro barv ter videli, kako drugačna je lahko ilustracija na nogavicah. Tako smo recimo morali malce prilagoditi oblikovanje oči pri becah.



Slika 9: izbira odtenka modre barve

6 Predstavitev turističnega proizvoda na stojnici

Svoj turistični proizvod – tržiške nogaVICE - bomo predstavili na stojnici tekmovanja Turizmu pomaga lastna glava. Stojnice ne bomo potrebovali.

Oblečeni bomo v promocijske majice, nosili bomo jazbečarke ter imeli obute naše tržiške nogaVICE. Po trgovskem centru bomo nalepili nalepke v obliki nogavic s QR kodami, kjer bo povezava do našega promocijskega videospota, nalepke bodo vodile do našega razstavnega prostora.

Razstavili bomo naše moderne nogavice, ki bodo obešene za nami. Imeli bomo mizico, na kateri se bo vrtel naš promocijski video. Obiskovalcem bomo po trgovskem centru delili nalepke.

Štirje učenci bodo promovirali naš izdelek, dva pa bosta privabljala obiskovalce ter izdelek promovirala po trgovskem centru.

7 Zaključek

Tržiške nogaVICe predstavljajo inovativen turistični produkt, ki uspešno združuje bogato lokalno dediščino, humor in modern dizajn.

V sodelovanju z lokalnimi partnerji (turističnim centrom, Tržiškim muzejem, planinskimi društvi in kreativci) lahko nogavice postanejo ikoničen spominek, ki ga turisti povezujejo s Tržičem.

Poleg tega vidimo velik potencial v širitvi linije izdelkov. V prihodnje bi lahko razvili:

- **Tematično kolekcijo** (npr. zmaj Nace za otroke, hribovske motive za pohodnike).
- **Darilne pakete** (kombinacija nogavic z lokalno knjižico Zmaj Nace ne potepu).

Projekt je izkazal moč skupnosti – brez sodelovanja turističnega krožka, šole, tržiškega muzeja, umetnikov, kot sta Joe Joe in Alina Jakimovska, tega ne bi bilo mogoče realizirati. Prepričani smo, da Tržiške nogaVICe niso le izdelek, temveč tudi most med preteklostjo in prihodnostjo Tržiča.

Verjamemo, da lahko Tržiške nogaVICe ne le bogatijo turistično ponudbo, temveč postanejo simbol ponosa za vse Tržičane.

8 VIRI IN LITERATURA

- Gosar, T., Koder, J. 2018. Tržiški slovar : slovarček starih tržiških pogovornih besed. Tržič: Zveza kulturnih organizacij.
- Nogavičarstvo v Tržiču. [online]. 2018. Pridobljeno 24. 2. 2025 s spletne strani: https://avdio.ognjisce.si/oddaja/zakladi_2018_06_19_dr_Bojan_Knific_nogavicarstvo.
- Samo v Tržiču: višnjeve nogavice barvali z urinom. [online]. 2018. Pridobljeno 24. 2. 2025 s spletne strani: <https://www.slovenskenovice.si/novice/slovenija/samo-v-trzicu-visnjeve-nogavice-barvali-z-urinom/>.
- Tržiške bržole. [online]. Pridobljeno 24. 2. 2025 s spletne strani: <https://trzican-dalec-poznan.splet.arnes.si/recepti/trziske-brzole/>.