



**CENTRAL
EUROPE**
COOPERATING FOR SUCCESS.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND



Kako razvijati kolesarski turizem?

Urednik:

Josip Rotar

Sodelavci:

Aleksandra Gantar

Danijela Kočiš

Matej Pehnec

Maribor, 2012

Kazalo

1. Uvod	3
2. Različne oblike kolesarjenja prinašajo različna doživetja	5
3. Infrastruktura je osnovni pogoj	9
4. Kolesarski standardi za kakovostno storitev	12
5. Kolesarjenje kot turistični produkt	15
6. Dragocenost kolesarskega turističnega trga	18
7. Vodenje turističnih kolesarjev	22
8. Kako pritegniti turistične kolesarje?	24
9. Pozitivne sinergije kolesarskega turizma	28
Literatura in viri	30

1. Uvod

Kolesarjenje je ena izmed najbolj trajnostnih oblik športne, rekreacijske in turistične dejavnosti. Kolo je priljubljeno kot sredstvo za šport in rekreacijo ter kot vsakodnevno alternativno prevozno sredstvo. V mnogih državah, kjer se soočajo z nizkim številom vsakodnevnih kolesarjev v prometu, je morda ravno rekreativno in turistično kolesarjenje tisto, ki bo odprlo vrata tudi bolj rednemu kolesarjenju iz potrebe. Zakaj ne bi kolesarjenja približali ljudem ravno preko športa, rekreacije in turizma? Morda se bo nekdo izmed teh, ki kolesarijo v prostem času, odločil za uporabo kolesa tudi za opravljanje vsakdanjih potreb prevoza po mestu. Vsekakor lahko z razvojem kolesarskega turizma pripomoremo k razvoju kolesarske mobilnosti. Nenazadnje več kolesarjev ustvarja tudi večje potrebe po vlaganju sredstev v izgradnjo kolesarske infrastrukture in izboljšanje ponudbe.

S priročnikom »Kako razvijati kolesarski turizem?« želimo izpostaviti nekatere pomembne vidike s področja kolesarskega turizma ter jih tako približati tistim, ki so morda šele na začetku, kot tudi tistim, ki svoje kolesarske turistične produkte že imajo, pa jim mogoče manjka še kakšna malenkost. Literature s področja kolesarskega turizma, standardov, produktov in trženja ne manjka. Zato smo s tem priročnikom želeli izluščiti bistvo in odgovoriti na vprašanje: Kako se lotiti razvoja kolesarskega turizma, da bo od tega imela koristi vsa skupnost ter da bomo s tem dolgoročno spodbudili uporabo kolesa tudi za vsakodnevne potrebe?

V priročniku so obdelane naslednje vsebine:

1. Vrste kolesarskih turistov

Različne oblike kolesarjenja prinašajo različna doživetja in ko razvijamo kolesarski turizem, je dobro poznati posebnosti posameznih vrst kolesarjev, njihova pričakovanja in potrebe. Le tako jim bomo lahko ustregli in jim ponudili zadovoljivo turistično storitev.

2. Infrastruktura je osnova

Dobro načrtovana, urejena in vzdrževana infrastruktura je osnovni pogoj za privabljanje turističnih kolesarjev. Pri urejanju infrastrukture je potrebno imeti v mislih varnost in udobje uporabnikov. Širitev omrežja spremljajo različne dileme o prostorskem umeščanju kolesarskih tras. Akterji morajo najti skupne točke in morebitne probleme spremeniti v priložnosti.

3. Standardi kolesarskih turističnih storitev

Brez standardov, ki bi določali kriterije za turistične storitve, ne gre. Vsak hotel pač ne more biti kolesarski. Sploh, če ne izpolnjuje osnovnih pogojev, ki zadostujejo potrebam in pričakovanjem. Pridobiti status kolesarske turistične nastanitve, pomeni zagotavljati visok nivo storitve, ki bo kolesarje od blizu in daleč prepričal, da se bodo z veseljem še kdaj vrnil.

4. Kolesarjenje kot turistični produkt

Imeti zaokrožen turistični produkt v obliki kolesarjenja, je korak naprej. Turiste zanima zgodba, ne samo gonjenje pedala. Zasvojimo jih s pokrajino, okusom, skrivnostmi in doživetji, ki jih bodo med potjo nabirali kot bisere. Naj nas meje ne ustavijo, zgodba je lahko tudi širša.

5. Trženje kolesarskega turizma

Za vsako zanimivo zgodbo tiči vprašanje kako jo približati ljudem. Veščine trženja nam pomagajo, da svojo produkt predstavimo in prodamo kupcem. Šele uspešno trženje zgodbe nam zagotavlja, da bomo od kolesarskega turizma imeli tudi gospodarsko korist.

6. Vodenje kolesarjev

Pomemben del kolesarskega turizma je tudi vodenje kolesarjev na terenu, kar zahteva izjemno odgovornost in predanost. Pri vodenju kolesarjev je osnova dobro usposobljen in pripravljen turistični vodič. Šele njegova znanja, sposobnosti in karakter, bodo kolesarje na potepanjih prepričala, da so del nepozabnega doživetja.

7. Kako pritegniti kolesarske turiste?

Kolesarski turizem naj se ne ustavi zgolj pri turizmu. Korak dlje nas pripelje prepričanje, da je kolesarstvo tudi pomemben del mobilnosti prebivalstva. Zakaj ne bi vzpostavljenih kolesarskih poti za namene turizma koristili tudi lokalni prebivalci in se s kolesom po isti poti vozili recimo v službo? Tudi kombinacija kolesarjenja z javnim prevozom zna za turiste biti zanimiva. Vsekakor razvit kolesarski turizem lahko pripomore tudi k povečanem zanimanju za vsakodnevno kolesarjenje.

7. Pozitivne sinergije kolesarskega turizma

Dobro razvit kolesarski turizem lahko predstavlja resno gospodarsko panogo, ki bogati lokalno okolje in omogoča zaposlitve. Sinergije, ki pri tem nastajajo so samo še dodana vrednost in korak dlje. Turistični kolesarji so zahtevna skupina v smislu uporabnikov in tudi potrošnikov. Obenem pa predstavljajo eno najbolj hvaležnih skupin, ki na dolgi rok daje nazaj veliko več, kot zahteva. Razvoj kolesarskega turizma je dobra podlaga za razvoj trajnostne, pametne in vključujoče družbe.

2. Različne oblike kolesarjenja prinašajo različna doživetja

Kolesarjenje je ena izmed najbolj trajnostnih oblik športne, rekreacijske in turistične dejavnosti. Kolo je priljubljeno kot športno-rekreativno prevozno sredstvo in vsakodnevno alternativno prevozno sredstvo. Pri tem poznamo več vrst kolesarjenja, ki se medsebojno razlikujejo predvsem v samem namenu uporabnikov, naravi kolesarjenja in tipu kolesa.

Vrste kolesarjenja

- Dnevno (migracijsko) kolesarjenje
- Športno kolesarjenje
- Športno-rekreativno kolesarjenje
- Izletniško kolesarjenje
- Popotniško kolesarjenje
- Gorsko kolesarjenje
- Turistično kolesarjenje
- Družinsko kolesarjenje



V **dnevno (migracijsko) kolesarjenje** so vključeni kolesarji, ki se vsak dan vozijo na delo, v šolo, po nakupih ali s kolesom opravljajo druge obveznosti. Namen kolesarja je, da čim lažje, čim hitreje in varno pride na cilj. Kolo se uporablja kot sredstvo za prevoz. Strokovnjaki so izračunali, da bi ljudje v mestih, s kolesom ali peš, lahko opravili 75 % voženj, ki jih zdaj prevozijo z motornimi vozili.

Športno kolesarjenje (cestno in gorsko) predstavlja različne treninge in tekmovalne oblike kolesarjenja kot npr. cestno kolesarjenje, gorsko kolesarjenje s posameznimi različicami (spust, vzpon, paralelni slalom, etapna dirka, akrobatika, kros, orientacija na kolesu), kolesarjenje na velodromu s posameznimi različicami, kolesarjenje v okviru duatlonov ali triatlonov.

Športno-rekreativno kolesarjenje zajemajo rekreativni športniki, ki imajo željo po sprostitvi in razvedrilu ter pridobivanju kolesarske kondicije in morebitno pripravo za udeležbo na različnih kolesarskih prireditvah in športno-rekreativnih tekmovanjih.

Izletniško kolesarjenje ne traja več kot en dan. Namen kolesarjenja je bivanje v naravnem okolju, z razmeroma nezahtevno intenzivnostjo. Kolesarjem so pomembni doživetje, udobnost in varnost na cesti. Dolžina dnevne rekreacijske vožnje je od 25 do 50 km, največ 80 km. Izleti so lahko v kombinaciji z drugimi prometnimi sredstvi (npr. osebni avto, avtobus, vlak).

Popotniško kolesarjenje traja več dni. Cilj in relacijo določijo kolesarji že na začetku potovanja. Pri izbiri relacije jim je pomembna bogata turistična ponudba, naravne lepote ter različne znamenitosti in posebnosti krajev. Kolesarjem je pomembno, da so na poti urejena počivališča (oskrba z vodo), razgledne točke, turistične informacije, možna oskrba s kolesarskimi kartami in vodniki ter informacije o težavnostni stopnji posameznih različic ter prenočišča, prilagojena potrebam kolesarjev.

Za **gorsko kolesarjenje** je značilno, da se najpogosteje odvija v gozdnem in gorskem svetu, pri čemer kolesarje privlači predvsem neokrnjena narava, razgibanost terena, večja zahtevnost in velika izbira možnih lokacij. Zanimiva je vožnja po t. i. single trails, kjer je potrebno ponekod najeti lokalnega vodnika. Gorski kolesarji so navadno mlajši moški in ženske, ki so z vidika turizma zanimivi kot kolesarji športniki, rekreativni kolesarji, izletniki, popotniki in tudi kolesarji avanturisti.

Turistično kolesarjenje je v bistvu kombinacija različnih zvrsti kolesarjenja (izletniško, gorsko, popotniško itd.), kjer kolesarji kot turisti, bodisi domači ali tuji, spoznavajo naravne lepote, kulturne znamenitosti in etnološke posebnosti posameznih krajev in turističnih območij.

Družinsko kolesarjenje je pomembna oblika kolesarjenja, saj bogati notranje družinske vezi, medsebojno razumevanje in zdrav življenjski slog. Družine z otroki iščejo varne in nezahtevne ceste za kolesarjenje. Zaradi različnih želja, potreb in časa kolesarjenja, je smiselno pripraviti posebne programe za različne vrste družin.

Več kot 10 % ljudi, ki se danes vozijo v službo z motornim vozilom, bi se ob ustrezni infrastrukturi in zagotovljeni prometni varnosti odločili za prevoz s kolesom. V razvitih evropskih državah delež kolesarjev narašča z razvojem kolesarske infrastrukture.

Obstaja veliko razlogov za kolesarjenje: razen obiska različnih destinacij kolesarjenja, so pomembni različni osebni motivi za vožnjo s kolesom:

- Kolesarji, ki se vozijo iz potrebe, se vozijo s točno določenim namenom in ciljem. Največ teh kolesarjev je v mestu, kjer je večina opravkov v krogu dveh, treh, največ štirih kilometrov.
- Kolesarji, ki kolesarijo predvsem zaradi sproščanja energije in vzdrževanja splošne telesne kondicije, pogosto kolesarijo vsak dan in uporabljajo stalne relacije. Odločajo se za cilje izrazito gorskega značaja v bližini svojih domov.
- Za kolesarje, ki kolesarijo pretežno enkrat na teden, je kolesarjenje način izletništva in tudi priložnost za druženje s partnerjem (družino) ali prijatelji. Ta skupina kolesarjev pri izbiri relacije upošteva prometno ureditev (varnost), naravne, kulturne ali turistične danosti, ki jim jih posamezna povezava ponuja.
- Potovalno-turistični kolesarji se odpravijo na daljšo, več dni ali tednov trajajočo vožnjo. S seboj imajo največkrat vso potrebno opremo (opremo za kampiranje in obleko), ki jo potrebujejo med potovanjem. Odločajo se predvsem za čim krajše relacije z blagimi vzponi in padci, ki morajo vključevati čim bogatejšo turistično ponudbo, naravne lepote in znamenitosti. Največkrat si tako cilj kot relacijo določijo že na začetku potovanja in jo pozneje glede na razmere na terenu spremenijo.

Profil kolesarskega turista

Profil kolesarskega turista določa vrsta kolesa, na katerem preživlja svoj kolesarski dopust.

Kolesarske turiste v glavnem delimo na:

- turne gorske kolesarje (uporablja gorsko XC ali all mountain kolo)
- cestne kolesarje (uporablja cestno kolo oz. » specialko«)
- kolesarje - popotnike (v večji meri uporabljajo trekking kolesa)
- gravitacijske gorske kolesarje (uporabljajo kolesa za spust in free ride).

Za **cestno kolesarjenje** lahko izbiramo stranske ceste, ki so nekoliko ožje, a hkrati manj prometne. Za vzdržljive cestne kolesarje so primerne gorske ceste, medtem ko manj zahtevne cestne ture potekajo po dolinah. Kolesarji lahko ture tudi kombinirajo, tako da vključijo tako ravninske dele kot vzpone in spuste.

Za gorske kolesarje veljajo v različnih evropskih državah tudi različni predpisi. Ponekod jim s kolesi ni dovoljeno uporabljati gozdnih in gorskih pohodniških poti, drugod imajo za kolesarje posebej urejene gozdne steze. Za vožnjo po t. i. single trails morajo kolesarji ponekod najeti lokalnega vodnika.

Turno kolesarjenje omogoča spoznavanje pokrajine na večdnevni potovanjih. Kolesarji izbirajo slikovite in razgibane ceste, na katerih ni veliko drugega prometa. Specializirane kolesarske nastanitve omogočajo kolesarjem ustrezne storitve (hrana, shranjevanje koles in opreme, informacije, ...).

Za družinsko kolesarjenje se družine z majhnimi otroki lahko odločijo za kolesarske izlete in počitnice po ravninskih cestah na podeželju, kjer je ostalega prometa manj.

Založniška hiša Delius Klasing Verlag je leta 2010 izdelala raziskavo za profil posameznega kolesarskega turista. Izpostavljamo profil turnega gorsko-kolesarskega turista: povprečen

turno kolesarski turist je star okoli 40 let, višje ali visoko izobražen in predvsem "zelen" (je del nastajajočega profila turista, ki živi in potuje po načelu L.O.H.A.S. (Lifestyle of Health and Sustainability - Zdrav in sonaravno oz. trajnostno naravnano življenjski slog). Vplivi takšnih turistov na turistično destinacijo, ki jo obiščejo, so minimalni, saj so naravovarstveno osveščeni in sonaravno ter trajnostno usmerjeni.

3. Infrastruktura je osnovni pogoj

Pri razvoju kolesarskega turizma je osnovni pogoj za privabljanje turistov infrastruktura. Lahko imamo še tako dobre turistične vodiče in najboljše razvit marketing ter strateške dokumente, če pa nimamo infrastrukture, po kateri bi se kolesarji lahko varno vozili, je to skoraj, kot če ne bi imeli ničesar. V bistvu je najboljša promocija za kolesarsko traso prav njena urejena infrastruktura. Če se bodo kolesarji na trasi dobro počutili in ne bodo imeli opaznih težav, se bo dober glas o kolesarski trasi hitro razširil naprej. Dobro načrtovana, kakovostno izvedena in redno ter skrbno vzdrževana kolesarska infrastruktura pomembno vpliva na varnost in udobje kolesarjev. Izbira pravega načina ureditve kolesarskega prometa v praksi ni enostavna naloga. Splošno pravilo naj bo: bolje nobena kot neustrezna in nevarna infrastruktura.



Nizozemci v svojih navodilih CROW omenjajo **5 osnovnih pogojev, kakšna bi morala biti kolesarska infrastruktura:**

- **varna** (mešanje z umirjenim prometom ali na posebnih dobro dizajniranih površinah),
- **direktna** (vodenje kolesarjev do cilja po najkrajši in najhitrejši poti),
- **povezana** (neprekinjeno povezana v omrežje),
- **udobna** (gladke površine, zravnani robniki in klančine, brez ovir...),
- **atraktivna** (vodenje kolesarjev mimo znamenitosti, drevoredov, vode, klopi...)

Dilema: ločeno ali mešano

Pri dilemi o ločevanju ali mešanju je treba razumeti potrebe kolesarskih turistov. Bilo bi zelo nespametno, če bi kolesarje vodili daleč v stran od zanimivih mest, kjer se lahko ustavijo, pogledajo znamenitosti, kupijo spominke, pojedjo kosilo itd. Zato je priporočljivo traso zasnovati tako, da jo vodimo tudi po lokalnih cestah skozi naselja, stara mestna jedra, trge in ulice. S takšnim pristopom lahko prihranimo tudi denar, saj umirjanje prometa na lokalnih cestah utegne biti ceneje od gradnje fizično ločenih kolesarskih poti.

Nivojsko ali horizontalno ločena infrastruktura ni vedno in povsod kar sama po sebi najboljša izbira. Več kolesarjev na vozišču morda paradoksalno pomeni tudi večjo varnost kolesarjev, število prometnih nesreč se zniža, ne le tistih v katerih so udeleženi kolesarji, pač pa tudi ostalih udeležencev v prometu. Sistematično ločevanje različnih oblik prometa ima lahko tudi kontraproduktivne učinke. Vozniki motornih vozil ostalim prometnim udeležencem ne posvečajo zadosti pozornosti. Zato mešan promet, spremljan z ustrezno omejitvijo hitrosti in drugimi ukrepi, lahko pomeni višjo varnost.

Usklajenost in povezovalnost

Številne lokalne skupnosti se večjih projektov, ki presegajo meje njihove občine in pristojnosti ponavadi lotevajo zelo parcialno in tudi zadržano. Najpogosteje je to vidno pri obrečnih kolesarskih poteh, kjer so nekatere občine zagovornice trase ob levem bregu, druge pa ob desnem bregu. Ob tem so možni zapleti tudi glede dogovorov glede poteka trase, kjer lahko eni zagovarjajo traso tik ob brežini, drugi po nasipu, tretji ob stari strugi ali kanalu in tako naprej. Razumljivo je, da bo vsaka lokalna skupnost hotela realizirati svojo idejo. Še bolj vztrajne bodo tiste lokalne skupnosti, ki na svojem ozemlju že imajo urejene odseke kolesarskih poti. Kljub morebitnim nesoglasjem in drugačnim pogledom, mora skupni cilj zasledovati enotno povezano kolesarsko pot, ki lahko kolesarskega turista pripelje od začetka do konca trase. Tudi, če si kakšna lokalna skupnost prizadeva za kolesarsko pot ob desnem bregu, lahko najde povezavo s tisto, ki si svojo pot želi na levi strani. Morda je rešitev zgolj v izgradnji manjše lesene brvi ali povezovalne ceste.

Širitev omrežja

Pri umeščanju kolesarskih povezav v prostor se ne rabimo omejevati izključno na eno možno varianto trase. Četudi je trasa enovit kolesarski turistični produkt, se lahko posamezni odseki trase razčlenijo v več različic. Pri tem gre tudi za različne potrebe posameznih skupin kolesarjev. Družine z otroci si bodo zagotovo želele od ostalega prometa fizično ločenih in položnih kolesarskih poti. Spet kakšni bolj rekreativni kolesarji si bodo zaželeli tudi vožnjo izven asfaltiranih cest ter morda tudi kakšen vzpon. Ravne asfaltirane ceste bodo zanimive tudi kakšnim ljubiteljem kronometrskih preizkušenj.

Naj bodo torej različne kolesarske povezave in ceste medsebojno prepletene v omrežje. Zgolj ena varianta lahko v nekem trenutku celo odbije ostale kolesarje. Redukcionizem, kjer se

zadovoljimo zgolj z eno različico trase naj ne bo končna rešitev. Pri tem naj nas vodi naprej tudi misel na prihodnost, ko se bo morda povečalo zanimanje kolesarjev in s tem potreba po širitvi omrežja.



4. Kolesarski standardi za kakovostno storitev

Kolesarjenje pomeni posebno doživetje, še posebej tam, kjer so zaradi raznolikosti območja primerne za vse oblike kolesarjenja. V Sloveniji je denimo kolesarjenje možno skoraj skozi vse leto, izjema je le alpski svet.

V tem poglavju bomo predstavili kolesarske standarde, ki jih je razvila Slovenska turistična organizacija (STO). Omenjeni kolesarski standardi so pomembni za določeno območje, ki se želi opredeliti in promovirati kot kolesarska destinacija.

Območje, ki se želi predstavljati kot kolesarska destinacija mora izpolnjevati naslednje kriterije:

- Kolesarsko informacijsko točko (Bike Information Point);
- Namestitev specializirano za kolesarje (bike hotel, bike kamp, turistična kmetija);
- Označene najmanj tri kolesarske poti;
- Zemljevid ali panoramsko karto kolesarskih tur in poti;
- Usposobljene kolesarske vodnike;
- Izposoja koles;
- Servis koles.

Standarde kolesarskih destinacij v Sloveniji za zdaj izpolnjuje 14 območij, ki so v vseh delih države. Kar pet kolesarskih destinacij leži neposredno ob edinem slovenskem narodnem parku – [Triglavskem narodnem parku](#). Dve kolesarski destinaciji sta na območju [Pohorja](#). Izjemno raznolika kolesarska destinacija je [Kolesarski park Notranjska](#). Za kolesarjenje je primerno tudi območje ob slovenski [Obali](#). Odlične destinacije so na [Idrijskem in Cerkljanskem](#) ter na [Koroškem](#). Lepo in zanimivo kolesarjenje ponuja še jugozahod Slovenije in območje v okolici [Moravskih Toplic](#) na skrajnem severovzhodu države.

Katero kolesarsko destinacijo bodo kolesarji obiskali je odvisno od:

- Kakovosti kolesarske infrastrukture: kolesarju prijazne ceste in poti, ustrezna signalizacija, dostop do slikovitih poti in naravnih predelov, kulturnih in zgodovinskih znamenitosti;
- Kakovosti gostinske, nastanitvene ponudbe in dodatne servisne infrastrukture;
- Kakovostne dodatne ponudbe: ponudba ustreznih in zanimiv tematskih poti, pestra ponudba ostalih športnih programov, razni festivali, zgodovinske in kulturne znamenitosti;
- Kakovostnih promocijskih in predstavitvenih materialov: dostopnost informacij na internetu, primerni kolesarski zemljevidi;
- Kakovosti in pestrosti naravnega okolja: čistost okolja, panorama, občutek organiziranosti in varnosti;
- Ponudbe organiziranega vodenja.

Kolesarski trženjski standardi (KTS) so bili oblikovani z namenom pospeševanje rasti kakovosti turistične in spremljevalne ponudbe za kolesarje, diferenciacije ponudbe od

konkurence in boljšo prodajo storitev. Znak specializacije pridobi skupina ponudnikov nastanitvenih kapacitet, ki so specializirani za kolesarsko turistično ponudbo.



Oznaka za specializirano kolesarsko nastanitev

Specializirane kolesarske nastanitve so označene z znakom 1 do 5 koles. Število koles v znaku pomeni obseg kolesarjem prilagojene ponudbe, storitev in infrastrukture obrata. Z enim kolesom je označena osnovna, kolesarjem prijazna ponudba, z dvema, tremi in štirimi stopnjami je označena ponudba, ki ponuja vedno več kolesarjem pomembnih storitev, s petimi kolesi pa ponudba ponudnikov, ki jim je kolesarjenje prioriteten produkt v hotelu in ki "živijo s kolesarji".

KOLESARSKA INFORMACIJSKA TOČKA je namenjena kolesarjem turistom in lahko deluje v okviru Turistično informacijskih centrov, kolesarskih trgovin ali servisov itd. Takšna točka mora kolesarjem nuditi vse relevantne informacije o kolesarskih poteh, ponudbi, servisih, nočitvah, možnostih prevoza, izposoji koles na enem mestu. Prav tako mora obratovati ves čas tekom kolesarske sezone med aprilom in oktobrom, ter zagotavljati prisotnost usposobljene osebe za podajanje informacij. Gostom mora biti na razpolago tudi možnost dostopa do interneta.

KOLESARSKI HOTELI (hoteli, penzioni, apartmaji itd.)so označeni z **znakom 1 do 5 koles**. Vsak hotel ki se ponaša z nazivom kolesarski hotel z enim kolesom (osnovna raven), mora podobno kot kolesarska informacijska točka zagotavljati vse za kolesarjenje relevantne informacije na enem mestu. Prav tako mora zagotavljati varno parkiranje in hrambo koles, možnost izposoje kolesarskega orodja za popravila, prostor za pranje kolesa, možnost izposoje koles, prvo pomoč ter ustrezno gostinski ponudbo prilagojeno kolesarjem. Tudi pri kolesarskih hotelih je pogoj usposobljena oseba.

KOLESARSKI KAMP je najbolj obsežna oblika kolesarske ponudbe. Za pridobitev znaka in naziva mora kamp vsebovati vse kriterije Kolesarske informativne točke, ter urejen kolesarski informativni kotiček. Prav tako mora kamp vsebovati psebne kolesarske programe in nastanitvene pakete s posebnimi cenami in brez doplačil. Zagotavljati mora tudi usposobljene turistične kolesarske vodiče. Pri tem pa tudi poskrbeti za možnosti shranjevanja, najema in servisiranja koles, kot je to zahtevano pri kolesarskih hotelih.

KOLESARJEM PRIJAZNA KMETIJA mora izpolnjevati vse obvezne ter tri neobvezne kriterije za pridobitev znaka. Obvezni kriteriji so lega kmetije, ki je dostopna s kolesom, oprema

kmetije, kjer je na voljo dovolj koles in opreme ter prostorov za shranjevanje koles, hkrati pa tudi sama ponudba oz. storitve na kmetiji, kjer so zahteve opredeljene približno enako kot pri kolesarskih kampih in hotelih.

KOLESARJEM PRIJAZNA GOSTILNA mora za pridobitev naziva izpolnjevati naslednje kriterije: kolesarjem prijazna gostinska ponudba, kolesarjem prijazna infrastruktura (kolesarska stojala, varen prostor za hrambo koles, prtljage in opreme), kolesarjem prijazne usluge (turistične informacije za kolesarje, sodelovanje pri iskanju prenočišč, orodje za popravilo koles, prevozne usluge, možnost za sušenje oblačil).

Če povzamemo po zgoraj opisanih kolesarskih nastanitvah, so standardi, ki zadovoljujejo želje in potrebe kolesarskih turistov naslednji:

- Specializirana nastanitev za kolesarje (kolesarski hoteli, kampi, turistične kmetije, ...);
- Možen dostop do interneta za obiskovalce;
- Varna hramba koles čez noč;
- Stojalo za kolesa pred objektom;
- Prostor za shranjevanje prtljage in opreme;
- Možnost sušenja oblek in opreme;
- Orodje za popravilo koles;
- Bogat zajtrk;
- Lunch paket;
- Dobro označene kolesarske ture in poti;
- Zemljevide kolesarskih tur in poti;
- Kolesarska informacijska točka;
- Vozni red za različna prevozna sredstva (železnica, avtobus ...).

5. Kolesarjenje kot turistični produkt

Kolesarjenje je aktivnost, s katero se ne glede na starost in statusni položaj v družbi ukvarja vedno več posameznikov. Kolesarstvo je oblika mehkega - rekreativnega turizma, ki ima veliko pozitivnih učinkov: je okolju prijazno, promovira zdrav način življenja in je poceni prevozno sredstvo. Kolesarjenje je zanimivo tudi z ekonomsko-gospodarskega vidika, saj predstavlja pomemben turistični proizvod. Razvijanje proizvoda zahteva dobro organizacijo, spodbudo, skrbno načrtovano trženje in spremljanje rezultatov aktivnosti.

Vedno več domačih in tujih turistov se odloča za aktivne počitnice, zato se povečuje tudi povpraševanje po programih, ki so povezani s kolesarjenjem. Številne naravne znamenitosti lahko še dodatno pritegnejo različne ciljne skupine kolesarjev, vendar to ni dovolj.



Kolesarski turist zahteva nekaj specifičnosti, ki jih je pri načrtovanju turistične ponudbe potrebno upoštevati:

- Načrtovanje kolesarskega omrežja, ustrezno kolesarsko infrastrukturo, število kolesarskih poti, urejenost, varnost, ustrezno signalizacijo ...;
- Predstavitev kolesarske destinacije (spletne strani, prospekti, zemljevidi, vodiči);
- Ustrezno spremljajočo ponudbo (servis koles, nabava in najem koles, informacijske točke, počivališča);
- Namestitvene zmogljivosti, prilagojene kolesarju;
- Organizatorje vodenih kolesarskih tur;
- Atraktivno dodatno ponudbo (wellness, kulturne prireditve);
- Specialne turistično-kolesarske dogodke (kolesarska tekmovanja);

- Ponudbo specifičnih, ciljno usmerjenih programov – npr. MTB parki;
- Organizatorje izobraževanja in usposabljanja;
- Ustrezno telo, ki skrbi za izvajanje in nadzor standardizacije.

Kje se kažejo prednosti kolesarstva kot turističnega produkta?

- Kolesarstvo kot dodatna aktivnost lahko z atraktivno ponudbo v kratkem času privabi močno povpraševanje in omogoča razvoj spremljajočih dejavnosti: gostinstvo, namestitvene kapacitete, servisno in informacijsko dejavnost;
- Kolesarski turizem je ekološka oblika turizma z minimalnim vplivom na obremenjenost okolja in lokalno skupnost;
- S spodbujanjem in razvojem kolesarjenja in kolesarskega turizma lahko izkoristimo obstoječo, največkrat neizkoriščeno infrastrukturo, kot so stranske in podeželske poti in neuporabne železniške poti (npr. Parenzana v Istri);
- Razvoj turističnega kolesarjenja spodbudi dodatne investicije v različno, tudi kolesarsko infrastrukturo, kjer veliko pridobijo tudi lokalne skupnosti;
- Kolesarski turizem spodbuja vsakodnevno kolesarjenje;
- Kolesarski turizem beleži izjemno rast in predstavlja dragocen trg - kolesarski turist se uvršča v kategorijo nadpovprečnih potrošnikov.

V državah, kjer je turistično kolesarjenje kot turistični produkt šele na začetku razvoja, je večina ponudbe odvisna od ljubiteljske ali klubske iniciative. Glavne pomanjkljivosti turističnega kolesarjenja v takšnih državah so:

- Nepopolne mreže kolesarskih povezav;
- Nedodelana dodatna prometna kolesarska infrastruktura (počivališča, ...);
- Nepopolna spremljajoča neprometna infrastruktura (servisi, varno shranjevanje koles, izposojevalnice koles,..);
- Ni povezovanja med posameznimi lokalnimi skupnostmi in državnimi oblastmi pri sofinanciranju kolesarske infrastrukture;
- Ni sodelovanja med ključnimi ponudniki kolesarskih in gostinsko turističnih storitev;
- Ponudniki ostalih prevoznih sredstev (vlak, letalo, avtobus) so premalo zainteresirani za prilagoditev svoje ponudbe specifikam kolesarskega turista;
- Ne obstaja evidenca kolesarskih turistov, ki bi omogočala analizo razvitosti in izboljšanja ponudbe.

Kakovostna turistična ponudba za kolesarje je priložnost za mednarodno konkurenčnost na turističnem trgu. Države z manj razvitim kolesarskim turizmom si pri tem lahko pomagajo s primeri dobrih praks in rešitev na področju razvoja kolesarskega turizma, ki jih najdemo v Nemčiji, Avstriji, Kanadi, Avstraliji, Veliki Britaniji. Izgradnja kolesarskih omrežij na Danskem, Finskem, Nizozemskem ter v Nemčiji in Švici se je izkazala kot izjemen potencial za rast kolesarstva kot turističnega proizvoda.

Avstrija ima zelo dobro dostopne, strukturirane in organizirane informacije o kolesarjenju tako na državnem kot regionalnem nivoju. Kolesarske poti so predstavljene na nacionalnem turističnem portalu <http://www.austria.info/>, specializirano kolesarsko internetno stran za celotno državo najdemo na naslovu www.radtouren.at.

V Italiji sta za področje turističnega kolesarjenja nastali dve združenji: Konzorcij italijanskih kolesarskih hotelov in pod okriljem Konzorcija Zelena Italija pod blagovno znamko "Trek&Bike hotels" združenje hotelov in podjetij, ki skupno promovirajo kolesarski in pohodniški turizem v Italiji. Namen je produktno povezovanje hotelov in ostalih namestitvenih objektov v različna združenja z namenom skupnega trženja in predstavitve. Pričakuje se, da bo v naslednjih 20 letih obseg kolesarskega trga v Evropi znašal okoli 20 milijonov €.

6. Dragocenost kolesarskega turističnega trga

Kolesarske počitnice in kolesarstvo kot dodatna aktivnost predstavljajo naraščajoč in pomemben turistični trg, ki v lokalnem okolju odpira nova delovna mesta in povečuje dohodek ljudi. Ljudje smo si različni, zato je tudi naš izbor turističnega proizvoda in destinacije različen. Vedno bolj se izogibamo uniformirani ponudbi in iščemo drugačne oblike potovanj in doživetij. Negujemo drugačne vrednote in življenjske sloge, iščemo drugačnost in avtentičnost turističnih doživetij.

Zato je tudi strategija trženja odvisna od naše odločitve, katere turiste želimo pridobiti in obdržati. V tem primeru izhajamo iz turističnega produkta kolesarjenje, ki je vezan na destinacijo in njene značilnosti.

Za oblikovanje izhodišč trženja turistične ponudbe območja najprej pripravimo SWOT analizo, ki nam pomaga pri strateških odločitvah, da vemo, kam usmeriti svoje delovanje. SWOT analizo zajemajo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti. Prednosti in nevarnosti se nanašajo na notranje dejavnike, na katere lahko vplivamo, se prilagodimo in jih razvijamo. Priložnosti in nevarnosti se nanašajo na zunanje dejavnike, na katere nimamo neposrednega vpliva in se jim moramo prilagoditi.

Strateške smernice trženja turističnih poti temeljijo na naslednjih vprašanjih:

- Kakšne proizvode lahko ponudimo?
- Kakšne proizvode želimo ponuditi?
- Kakšne oz. katere turiste želimo privabiti?
- Kakšne bodo (dolgoročne) posledice sprejetih odločitev na okolje?

Ključen je torej odgovor na vprašanje, kaj želimo ponuditi.

Kolesarska ponudba mora s svojimi produkti izžarevati dinamičnost in aktivnost, lokalne posebnosti, odkrivanje novih stvari, širjenje obzorij, vključitev gosta v dogajanje in vpletanje čustev.

Osnova za trženje je priprava kolesarskega produkta, ki je vezan na destinacijo in njene značilnosti. Zelo pomembno je poznavanje ciljne skupine, njenih želja in potreb. **Uspešen produkt mora izpolnjevati:**

- Jasen naslov proizvoda;
- Koncept poti, krožnih tur, mrežnih poti in njihovo kombinacijo;
- Najmanjšo dolžino poti;
- Zagotovljena mora biti prehodnost in varnost med vožnjo;
- Poti morajo biti odporne na vse vrste vremenskih vplivov;
- Ustrezna in enotna signalizacija;
- Smer poti v bližini narave;

- Ustrezna prehodnost vzdolž celotne poti;
- Ustrezno turistično infrastrukturo, možnost vrnitve s prevozom, ustrezno prenočitev itd.;
- Redno vzdrževanje in kontrolo turistične infrastrukture.

Strateški trženjski koncept zajema naslednje trženjske cilje: **kvantitativne** (povečanje števila turistov, ...) in **kvalitativne** (povečanje prepoznavnosti destinacije, ...).

Na področju trženja turističnih destinacij se odločimo med dvema možnima pristopoma določanja ciljnih trgov:

- podrobno proučimo turiste in med njimi izberemo tiste segmente, ki jih najlažje privabimo ali
- izhajamo iz značilnosti destinacije in nato ugotovimo, kateri je za naš trajnostni tip.



Tržne segmente kolesarskega turizma ločimo glede na:

- **zvrst kolesarjenja:** cestni kolesar, trekking kolesar, gorski kolesar,
- **državo prihoda:** domači turisti, tuji turisti,
- **število udeležencev:** individualni kolesar oziroma pari, homogena skupina kolesarjev, večje organizirane skupine, priložnostni kolesar, kolesar na večdnevni turi s fiksnim prenočiščem, kolesar na več dnevni turi s menjajočim se prenočiščem, popotniški kolesar,
- **ekonomski profil:** koliko denarja porabijo,
- **demografski profil:** po starostnih skupinah,
- **motiv prihoda:** počitnice, sprostitev, razvedrilo, obisk sorodnikov ali prijateljev, poslovni in izobraževalni, tranzit,

- **način organizacije potovanja:** s turistično agencijo - organizirano, brez turistične agencije – individualno,
- **vrsto nastanitve:** hoteli, penzioni, kampi, ...,
- **stopnjo izobrazbe,**
- **letni čas prihoda:** pomlad, poletje, jesen,
- **vrsto prevoznega sredstva:** avtomobil, kombi, avtodom, avtobus, vlak, letalo, kolo.

Destinacijo, ki jo tržiimo, lahko pozicioniramo na osnovi naravnih danosti določenega geografskega področja, kulturno-zgodovinskih znamenitosti in sociološko-demografskih posebnosti.

Do ciljne skupine pridemo s pomočjo:

- **neposrednih kanalov:** turistični ponudniki, ki imajo lastno bazo podatkov o potencialnih gostih in lahko prodajajo storitve brez posrednikov in
- **posrednih kanalov:** turistične agencije, organizatorji izletov v lokalnem okolju, ki so specializirani za kolesarski turizem, so pomembni za incoming turizem.

Oblikovanje cen temelji na ponudbi posameznega ponudnika. Odločitev o nivoju cen mora biti v skladu s ponudbo in sprejemljivo ceno različne strukture gostov. Vsak ponudnik mora poskrbeti, da bo njegova ponudba vsebovala tudi dodano vrednost za gosta.

Za učinkovito načrtovanje promocijskih aktivnosti moramo v prvi vrsti vedeti komu predstavljamo produkt, zakaj ga predstavljamo, kakšno bo naše sporočilo, na kakšen način bo sporočilo posredovano, koliko krat bomo sporočilo posredovali, skozi katere kanale bomo sporočilo posredovali ter kako bomo spremljali uspešnost izvedbe aktivnosti.

Učinkovito komuniciranje zahteva dober načrt, sestavljen iz naslednjih korakov:

1.DOLOČITEV CILJNE SKUPINE
2.DOLOČITEV CILJEV KOMUNICIRANJA
3.OBLIKOVANJE SPOROČILA
4.IZBIRA KOMUNIKACIJSKIH KANALOV
5.DOLOČITEV SREDSTEV ZA PROMOCIJO
6.IZBIRA USTREZNEGA KOMUNIKACIJSKEGA SPLETA
7.MERJENJE UČINKOVITOSTI KOMUNICIRANJA

Katera orodja bomo izbrali v okviru promocijskega spleta?

Sredstva za **oglaševanje** so velikokrat omejena, zato je potrebno še toliko bolj načrtovano, ciljno usmerjeno in učinkovito oglaševanje v lokalnem okolju in izven meja (spletno oglaševanje, socialna omrežja, produktni oglasi, plakati, ...).

Za sistematično razvijanje **odnosov z javnostmi** sta pomembni tako notranja kot zunanja javnost. Pri tem izberemo primerno PR orodje: novinarska konferenca, organizacija dogodka za določeno ciljno javnost, priprava in plasiranje člankov, ...

Aktivnosti **direktnega marketinga** nam pomagajo pri trženju, saj omogočajo natančno usmerjeno sporočilo za posamezno ciljno skupino. Osnova za neposredno trženje je kakovostna baza podatkov, ki na začetku zajema obstoječe podatke o gostih – kolesarjih. S pomočjo različnih oblik pridobivanja kontaktnih podatkov ciljnih skupin bazo nenehno dopolnjujemo in ažuriramo.

Različne aktivnosti **pospeševanja prodaje** je potrebno ciljno načrtovati glede na značilnosti trgov, ciljne skupine in ciljev, ki smo si jih zastavili. Različna orodja: promocijski spoti, udeležba na sejnih, predstavitev, dogodkih, ki so namenjene kolesarskemu turizmu, razdeljevanje promocijskih materialov, delavnice, ...

Prednost **osebne prodaje** je, da ustvarja osebne stike, se hitro prilagaja in omogoča različna razmerja med sodelujočimi.

Pri trženju določene destinacije je smiselna priprava različnih promocijskih materialov: brošure, zemljevidi, kolesarske karte, plakati, pingvin stojala, spletni portal, filmi, fotografije, promocijska darila, ..., ki pomagajo ponudnikom pri trženju kolesarske ponudbe. Tako v

Na tem mestu navajamo nekaj primerov ponudnikov, ki so se specializirali za ponudbo za kolesarje:

<http://www.petzenland.si>

<http://www.helia.si/kolesarjenja>

<http://www.mobile-adventures.net>

<http://www.visitscotland.com/see-do/activities/cycling>

<http://www.oesterreich-radreisen.at>

Na evropski ravni Evropska kolesarska zveza (EFC) promovira omrežje 13 transevropskih kolesarskih poti z imenom »Eurovelo«.

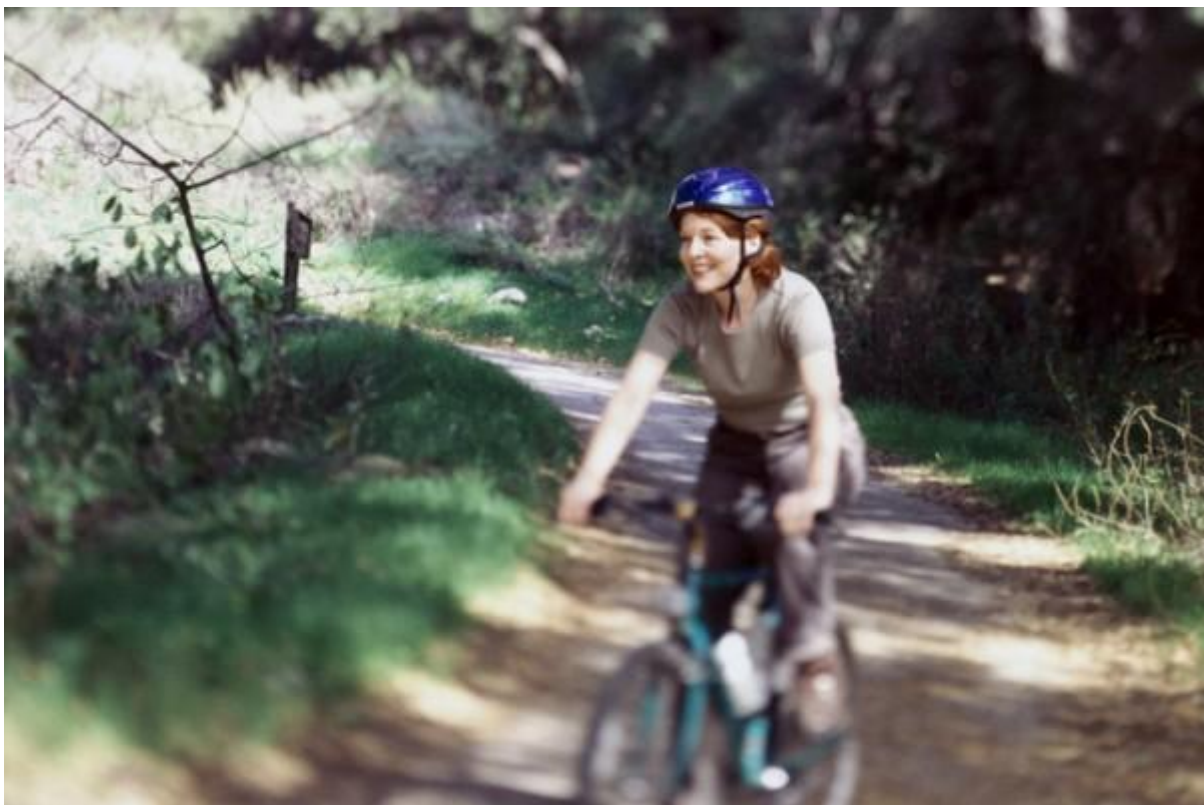
Pri razvoju in trženju destinacije je potrebno upoštevanje notranje javnosti, njenih potreb, želja in pričakovanj. To vodi k ohranjanju kulturne identitete destinacije, njenih naravnih procesov, biološke raznovrstnosti – skratka sistemov, ki so pogoj za kakovostno bivanje in delovanje na turističnem območju. Rezultati se kažejo v prihodu gostov, njihovem zadovoljstvu, ekonomskih učinkih, trajnostnih učinkih, konkurenčni prednosti in prepoznavnosti destinacije.

7. Vodenje turističnih kolesarjev

Vožnja kolesa je poseben način kako lahko vidimo svet. Svež zrak lahko občutimo na različnih koncih od Aljaske, do Španije, Avstralije ali Brazilije. Kolesarske ture niso samo zabavne počitnice, ampak tudi izobraževalne izkušnje. Kolesarski vodiči vodijo kolesarje na kolesarskih turah, ki lahko potekajo po vsem svetu in različno dolgo - nekaj ur, dni, tednov ali celo mesecev.

Potek kolesarske ture določijo ponavadi turistične agencije oz. operaterji, ki so se specializirali za organizacijo vodenja turistov. Nekatere ture so organizirane ležerno in v hedonističnem stilu, kjer se kolesarje razvaja v prestižnih hotelih ob gurmanskih specialitetah. Spet druge ture so lahko organizirane bolj asketsko, v šotorih, spalnih vrečah in na ekonomičen način. Ture se razlikujejo tudi po težavnostnih stopnjah. Nekatere skupine turistov si želijo prekomernega fizičnega napora, kar zahteva od kolesarskega vodiča še dodatno visoko stopnjo kondicijske pripravljenosti. Spet druge lahko potekajo zgolj po urbanih središčih ob ogledovanju kulturnih in zgodovinskih znamenitosti. Večinoma imajo operaterji kolesarskih tur že vnaprej organiziran potek vodenja, počitkov, prehranjevanja, prenočitev in ostalih podpornih aktivnosti.

Kolesarski vodiči delajo za operaterja, kar pomeni, da so obraz organizacije. To pomeni, da morajo biti zelo prilagodljivi, prijazni in komunikativni. Poleg tega morajo biti telesno dobro pripravljeni, poznati znanja o popravilu koles, ter hkrati poznati okolico, zanimivosti, zgodovino, ljudi, jezik, kulturo ipd. Z eno besedo, kolesarski vodič mora biti tudi turistični ekspert.



Pomembne karakteristike kolesarskega vodiča bi lahko strnili v naslednje točke:

- Fizična pripravljenost;
- Poznavanje terena;
- Komunikativnost;
- Znanje jezikov (če so gostje iz drugih držav);
- Poznavanje osnovnih znanj in veščin popravila kolesa.

Potrebno je poudariti nekatere bistvene razlike med kolesarskim vodičem in organizatorjem ture pri turistični agenciji. Kot smo že omenili je delo kolesarskega vodiča vodenje kolesarjev na organizirani kolesarski turi. Od njega se pričakuje, da obvladuje zelo raznolika znanja in veščine: od fizične pripravljenosti, do poznavanja terena, jezika in pa tudi obvladovanja osnovnih popravil kolesa.

Organizator ture poskrbi, da je kolesarsko popotovanje brezhibno pripravljeno že vnaprej. Njegova naloga je, da v nekem tujem okolju najde lokalnega vodiča, ki bo lahko turiste popeljal in jim razkazal zanimivosti, pojasnil dejstva. Organizator poskrbi, da turisti dobijo tisto, kar so pričakovali že iz prospekta oz. prebrali na spletnih straneh. In še več: da so vsi pomembni detajli od transporta, lokalnega vodiča, namestitvev, opreme, prehrane, vstopnic itn. že pripravljene. Torej organizator ture ni tisti, ki bi moral poznati kulturo, jezik, zanimivosti in vse majhne podrobnosti določenega okolja. On poskrbi, da bo skupina dobila najboljšega vodiča. Ob tem pa mora poskrbeti za vse detajle, ki se nanašajo na organizacijo ture, kot so morebitne odpovedi, vreme, bolezni, izgube prtljage ipd.

Poznavanje skupine

Za kolesarske vodiče je ena od najpomembnejših nalog, preden se podajo na vodenje, da pridobijo osnovne podatke o svoji skupini. Brez znanja o številčnosti skupine, spolu, starosti in navsezadnje tudi potrebah, je načrtovanje kolesarske ture veliko bolj nepredvidljivo. Kolesarski vodič mora imeti ves čas v mislih, da bo skupino uspešno pripeljal do cilja. Če so v skupino vključene starejše osebe in otroci, je vodenje še toliko bolj potrebno prilagoditi njihovim potrebam.

Biti kolesarski vodič je zelo zahtevno in odgovorno delo, ki se v marsičem razlikuje od dela organizatorja ture. Kolesarski vodič je obraz organizacije, ki organizira turistično vodenje in navsezadnje tudi obraz kolesarske turistične destinacije, ki promovira kolesarjenje kot turistični produkt. Od njega je v veliki meri odvisno kako se bodo turisti počutili, kako bodo sprejeli turistično ponudbo in ali se bodo naslednjic še vrnili. Zato mora kolesarski vodič imeti dovolj osebnostnih lastnosti in strokovnih znanj, da lahko turistom pričara nepozabno izkušnjo ter iz same kolesarske turistične trase naredi tudi prijetno doživetje.

8. Kako pritegniti turistične kolesarje?

Kolesarji prinašajo denar in uživljajo posel. In podobno kot za ostale turiste, velja tudi za kolesarje, da so potencialne stranke, ki lahko v naše lokalne skupnosti pripeljejo denar in obogatijo podjetništvo. In ko določena kolesarska destinacija postane privlačna za kolesarje, da prihajajo tudi od daleč, je finančni priliv lahko resnično opazen.

Različne kolesarske destinacije imajo s svojimi kolesarskimi potmi velik potencial. Vseeno pa, se je treba zavedati, da denar ne bo prišel čez noč in da je v kolesarski turizem potrebno tudi nekaj vložiti. Če bo zgrajena kolesarska infrastruktura, bodo turisti prišli zagotovo.

Zakaj sploh privabljati turistične kolesarje?

Seveda so kolesarji potencialne stranke, ki lahko v lokalno skupnost pripeljejo denar. Vendar je potrebno upoštevati še nekaj dodatnih karakteristik kolesarjev:

- Kolesarji so v povprečju visoko izobraženi in materialno dobro situirani;
- Ponavadi kolesarji potujejo v skupinah s prijatelji ali družinskimi člani;
- Zanimajo jih lokalne znamenitosti in tisto, kar neko okolje dela posebno od drugih (zgodovinske lokacije, muzeji, nenavadne trgovine, vinske kleti, kmetije, umetniške galerije, gledališča, restavracije, naravne posebnosti in možnosti za druge oblike rekreacije);
- Kolesarji so tudi potrošniki. Veliko kolesarjev vzame na turo minimalno opremo in si raje privoščijo prenočitve v hotelih ali hostlih ter se prehranjuje v restavracijah kje ob poti;
- Tudi tisti kolesarji, ki s sabo vzamejo skoraj vse za kempiranje in kuhanje, se občasno morajo ustaviti, da si napolnijo zaloge;
- Veliko kolesarjev se udeležuje tudi vodenih kolesarskih tur, kjer se priključijo skupini, ki jo organizira turistična agencija oz. podjetje. Na daljših evropskih turah, recimo ob Mediteranu ali Donavi, kjer se kolesari tudi po več dni, lahko posamezen kolesar porabi tudi do več kot 1000 evrov, odvisno od prenočitve in vključene prehrane;
- Kolesarji so dobrodošli gostje tudi po tem, da ne puščajo vidnih negativnih posledic. V vaše naselje pridejo po kolesarskih stezah, ne pripomorejo k še večjemu prometu, ne zavzemajo omejenih parkiranih mest, ne obrabljajo infrastrukture, ne proizvajajo hrupa in onesnaženja, kot to počnejo motorna vozila;
- Še posebej se zanimajo za ohranjanje karakterja lokalne skupnosti, saj jih zanima zgodovinska, naravna in kulturna dediščina. S tem pa posredno prispevajo k ohranitvi teh posebnosti, saj so za njihove ogledne, nakup spominkov ipd. pripravljeni tudi plačati. Bolj, kot ima skupnost ohranjene kulturne in naravne spomenike, večja je verjetnost, da jo bodo turistični kolesarji obiskovali.

Kaj kolesarski turisti iščejo?

Kolesarski turisti si izbirajo svoje možne destinacije na podlagi treh razširjenih karakteristik:

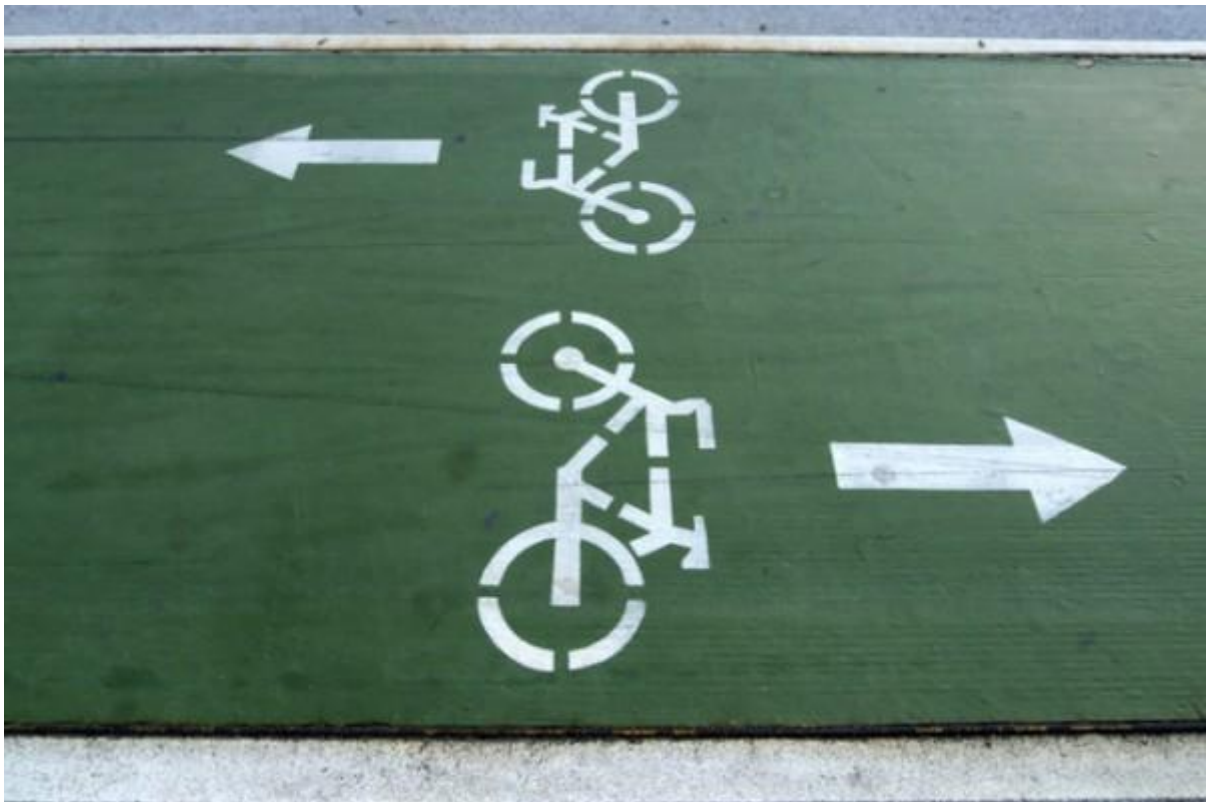
- Samo kolesarjenje, vključujoč dolžino, težavnost in tip rute.

- Podpora in storitve ob poti, kot so recimo dosegljivost dobrih zemljevidov, nastanitev in možnosti za prehrano.
- Bližnje zanimivosti in same značilnosti destinacije.

Kolesarjem prijazna skupnost

Ko pridemo do točke, da različne turistične organizacije in posamezni podjetniki poskrbijo in razumejo potrebe kolesarskih turistov, je potrebno zadeve razvijati še korak dlje. Na vrsti je tudi preostala skupnost, saj od kolesarskega turizma imajo koristi tudi oni. Kako torej razširiti razumevanje potreb kolesarjev na celotno skupnost, da postane prizadevanje po izboljševanju ponudbe in storitev širše?

Že skoraj celo stoletje urejamo, preurejamo in prilagajamo delovanje naših lokalnih skupnosti ter prometnih sistemov potrebamo vožnje z avtomobili. Ta orientacija je tako zakoreninjena, da je izziv že samo prepoznavanje ovir, ki jih avtomobili predstavljajo ljudem, ki potujejo z drugimi prevoznimi sredstvi.



Kako postati kolesarjem prijazen?

Obrnite perspektivo. Da bi lahko poznali potrebe in tudi probleme kolesarjev, se je potrebno preizkusiti v vožnji s kolesom. Poskušajte prekolesariti pot v vaši okolici, kjer kolesarijo tudi vaši obiskovalci. Pojdite tja, kamor gostujoči kolesarji najverjetneje zahajajo - v restavracije, hotele, trgovine, zgodovinske lokacije itd. Kako se počutite? Se počutite varno? Ste naleteli na kakšne prepreke?

Povabite kolesarje. Ponudite jim storitve in ostale namestitve, ki jih potrebujejo. Začnite s preprostimi znaki, kot je naprimer izvesek v izlozbi ali nalepka na vratih: "Kolesarji dobrodošli!".

Informirajte. Kolesarski turisti potrebujejo informacije! Še posebej o tem kje so ali kje bodo v kratkem in kje lahko najdejo to kar potrebujejo. Ne pozabite na oznake in informacije o tem koliko kilometrov je še do prvega naselja.

Pomagajte, da vas najdejo. Metoda "*zgrešenih poizkusov*" ne pride v poštev pri ljudeh, ki so pravkar prekosarili 60 ali 80 kilometrov. Uporabite zemljevid in/ali znake, da pokažete pot. Če niste blizu kolesarske trase, sodelujte z ostalimi organizacijami in poskušajte skupaj najti rešitev.

Zagotovite varen dostop. Poskrbite, da bodo ceste, ki vodijo do turističnih lokacij za kolesarje prijazne. Če ste od kolesarske trase bolj oddaljeni, potem poskrbite, da bo cesta oz. pot utrjena, označena in očiščena morebitnih ovir, kot je steklo, veje, luknje s stoječo vodo ipd. Prav tako naj bodo oznake dovolj vidne tudi za voznike motornih vozil, saj jih tako opozarjajo na prisotnost kolesarjev.

Parkiranje koles je tudi zelo pomembno. Ko vas kolesarji enkrat najdejo, kaj potem? Kolesa rabijo zaščito pred krajo in vremenom. Zagotovite udobno in varno parkiranje koles. Kolesarska stojala vzdržujte v dobri kondiciji in območje okrog naj bo čisto. Poskrbite, da bodo kolesa ponoči parkirana na osvetljenem mestu.

Ne skrivajte javnih dobrin. Naj bo dostop do vode in javnih stranišč enostaven. Če ni jasno opazen s kolesarske trase, poskrbite za oznake. Če javna stranišča niso odprta, poskrbite, da bodo na voljo zasebna. Počivališča in zavetja so prav tako pomembna za kolesarje: stoli, klopi, pokrite verande ali pavilijoni v parkih so odlični. Naredite seznam lokacij, kjer so vse te dobrine dostopne.

Narediti spremembo, ki bo vplivala na povečano zanimanje kolesarskih turistov ni lahek zalogaj. Takšna naloga ne more biti stvar zgolj nekaterih gostincev ali turističnih delavcev. Potrebno je širše sodelovanje skupnosti in vseh tistih, ki sprejemajo politične odločitve.

Postopni koraki

Na začetku se mora lokalna skupnost odločiti, da bi rada svoje okolje razvijala v smeri "kolesarjem prijazne skupnosti", ki bi privabljala tudi kolesarske turiste. Takšne odločitve se ponavadi sprejmejo na sejah občinskih oz. mestnih svetov, javnih forumih, delavnicah ipd. Vsaka takšna skupina, ki se odloči, da bo na tem področja šla naprej, mora določiti tudi način vodenja tovrstnih dolgoročnih projektov. Vodenje projekta oz. iniciativo lahko prevzame že obstoječa ali nova skupina zanesenjakov, lahko pa je zadeva urejena tudi v okviru kakšnih bolj institucionalnih okvirjev, kot so razni odbori za turizem, zbornice za razvoj ipd. Vsekakor je odločitev o načinu vodenja stvar vsakega lokanega okolja, pri tem pa je najbolj pomembna predanost in zavezanost k cilju. Za zagotovitev dolgoročnega uspeha ne smemo pozabiti, da se v sodelovanje vključi tudi vse relevantne deležnike, pri tem pa se vzpostavlja komunikacijske kanale tudi z ostalo javnostjo.

To so nekateri začetni koraki, ki se lahko vzpostavijo z minimalnimi stroški in lahko pomenijo nekakšno vzpostavitev temeljev za zagon kolesarjenju prijazne skupnosti, ki bo privabljala kolesarske turiste:

- Vzpostavite posvetovalni odbor, kjer naj sodelujejo tudi institucionalni akterji, predstavniki gospodarstva, uporabnikov, civilne družbe itd.;
- Določite cilje za spodbujanje in razvoj kolesarjenja v lokalni skupnosti;
- Zaženite "kolesarjem prijazen" program in tudi navzven pokažite prijaznost do kolesarjev. Izdelajte logotip za lokale, kjer ponujajo kolesarjem prijazne usluge, kot so recimo pokrite kolesarnice, orodja za popravilo, zdravo prehrano itd. Naredite logotip tudi za kolesarsko traso in ga uporabite na raznih promocijskih materialih, spletnih straneh, znakih in napisih ob vhodih v prodajalne ipd.;
- Sprejmite načrt za urejanje prometa, kjer se mora upoštevati vidik kolesarjev ob vsakem gradbeno-cestnem projektu;
- Vzpostavite jasno označene, varne in udobne povzave do vaše skupnosti;
- Naredite ceste in kolesarske poti kolesarjem prijazne;
- Integrirajte uporabo koles v vaši lokalni skupnosti z ostalimi prometnimi sistemi (javni potniški promet, taxi, turistične ladjice ipd.);
- Dajte kolesarjem vedeti, da so pomembni;
- Poskrbite za čistočo in urejenost infrastrukture z rednim vzdrževanjem;
- Vzpostavite še dodatne priložnosti, kot so recimo kopališča, vinotoči, gozdne poti, kmečki turizmi, tematski parki in podobne atrakcije;
- Naj bo vsak član lokalne skupnosti tudi kolesarski amasador, ki redno kolesari, pomaga drugim kolesarjem in je seveda prijateljsko razpoložen do tujcev;
- Izobražujte prebivalce o potencialih in pomenu kolesarskega turizma za lokalno ekonomijo in o možnih oblikah njihovega angažmaja. Lokalni prebivalci lahko na primer prispevajo, da pomagajo kolesarjem z usmerjanjem, vzdrževanjem urejenosti, poročanjem o morebitnih nevarnostih in tudi z obzirno vožnjo avtomobila, kadar srečujejo kolesarje. Organizirajte lokalne kolesarske ture tudi z domačini, da jih seznanite s traso;
- Vzpostavite občutek varnosti, tako da se dogovorite z lokalno policijo za redno patroljiranje in da na vidna mesta napišete tudi telefonsko številko za urgentne situacije.

Nadaljujte!

Torej, ko kolesarski turisti začnejo prihajati in porabijo denar, še ne pomeni, da se na tej točki morate ustaviti. Poskušajte gostom, ki prihajajo v vašo skupnost prisluhni in se postaviti v njihovo kožo. Stvari se lahko nenehno izboljšujejo, spreminjajo, popravljajo in gredo naprej. Morda bo tudi kakšna posebnost ali novost pritegnila kakšnega novega turista. Ne pozabiti, da je turista potrebno prepričati, da se bo tudi naslednjič vrnil. Predvsem pa imejte v mislih sinergije na različnih področjih. Kolesarski turizem lahko prispeva tudi k razvoju drugih pomembnih elementov v lokalni skupnosti.

9. Pozitivne sinergije kolesarskega turizma

Dobro razvit kolesarski turizem lahko predstavlja resno gospodarsko panogo, ki bogati lokalno okolje in omogoča zaposlitve. Sinergije, ki pri tem nastajajo so samo še dodana vrednost in korak dlje. Turistični kolesarji so zahtevna skupina v smislu uporabnikov in tudi potrošnikov. Obenem pa predstavljajo eno najbolj hvaležnih skupin, ki na dolgi rok daje nazaj veliko več, kot zahteva. Razvoj kolesarskega turizma je dobra podlaga za razvoj trajnostne, pametne in vključujoče družbe.

Seveda razvijanje kolesarskega turizma ni lahko opravilo in zahteva vključitev celotne lokalne skupnosti, regijsko povezovanje in tudi mednarodno sodelovanje. V priročniku smo poskušali v strnjeni obliki povzeti najbolj bistvene parametre, ki so pomembni za razvoj kolesarskega turizma in posledično za razvoj trajnostne mobilnosti, gospodarstva in družbe.



Začeli smo z naštevanjem različnih vrst kolesarjev, saj se je potrebno zavedati, da tudi kolesarji imajo različne želje in potrebe, kar pomeni, da je potrebno ponudbo temu prilagajati. Brez osnovne infrastrukture si kolesarski turizem težko predstavljamo, saj bodo uporabniki prišli šele takrat, ko se bodo na neki trasi varno in udobno počutili. Ko se lokalno okolje odloči, da bo postalo kolesarska destinacija, je njegova usoda odvisna od izpolnjevanja določenih standardov. Kolesarjem je potrebno zagotoviti osnovne pogoje tudi pri samih namestitvah in ponudbi.

Kolesarjenje pa lahko nadgrajujemo še naprej, v obliki turističnega produkta. Zgodbo o dobrih krajih, hrani in ljudeh je potrebno pripeljati tudi do potencialnih kupcev. O tem smo govorili v poglavju o trženju. Eden izmed najpomembnejših delov v zgodbi o kolesarskem turizmu, je vsekakor vodenje kolesarjev na terenu. Kolesarski vodiči so obraz turistične destinacije, ki jo tržimo. Njihova znanja, sposobnosti in karakter so zato zelo pomembna. In kako sploh pritegniti turistične kolesarje? Majhni napotki za razmišljanje v pravi smeri so dobrodošel pripomoček, saj nam pomagajo na vseh točkah razvoja kolesarskega turizma. Z njimi nam bo veliko lažje držati rdečo nit in se vedno znova prepričati o razlogih za vztrajnost.

Od razvoja kolesarske turistične destinacije ima lahko pozitivne koristi celotna lokalna skupnost, preko odpiranja in kreiranja novih delovnih mest, povečanega povpraševanja po določenih produktih in storitvah ter preko povečanega pretoka ljudi od drugod. Še posebej v časih krize, kjer ustaljene gospodarske panoge propadajo in izgubljajo zagon, je lahko kolesarski turizem nekakšna nova razvojna usmeritev lokalnih skupnosti. Pomeni lahko pomembno premostitev ekonomskih problemov in hkrati usmeritev v čistejše, bolj trajnostno naravnane in sonaravne gospodarske panoge.

Literatura in viri

Literatura:

Strategija trženja slovenskega turizma 2007-2011, Slovenska turistična organizacija, Ljubljana, 2007

A. Brezovec, Strategija trženja tematskih turističnih poti, Tempo, Portorož, 2007

T. Wöhrstein, Priručnik za razvoj planinarjenja i biciklizma u Crnoj Gori, Ministarstvo turizma Crne Gore, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Podgorica, 2008

Viri:

http://www.slovenia.info/si/Kolesarske-poti.htm?kolesarske_poti=0&lng=1

<http://www.ctc.org.uk/desktopdefault.aspx?tabid=3789>

<http://www.delius-klasing.de/home>

http://www.slovenia.info/?ps_standardi_kolesarienje=0&lng=1

<http://www.fhwa.dot.gov/environment/bikeped/index.htm>

<http://www.ctc.org.uk/DesktopDefault.aspx?TabID=4070>

<http://www.oesterreich-radreisen.at/>

<http://www.visitscotland.com/see-do/activities/cycling/>

<http://www.parenzana.net/>

<http://www.americantrails.org/resources/economics/Bicyclists-Bring-Business-New-York-Canal-Trail.html>

<http://www.petzenland.si/dezela/kolesarienje/index.php?lang=1>,

<http://www.helia.si/kolesarijenja>,

<http://www.mobile-adventures.net/>,

<http://www.visitscotland.com/see-do/activities/cycling/>,

<http://www.oesterreich-radreisen.at/>

<http://www.eurovelo.org/>

http://www.slovenia.info/si/Strategija.htm?ps_strategija_kolesarjenje=0&lng=1

<http://maribor-pohorje.si/kolesarske-poti.aspx>

<http://www.rogla.eu/si/poletje/kolesarjenje-in-pohodnistvo/kolesarske-in-pohodne-poti/>

<http://www.austria.info/si/avstrija-aktivno/spodnja-avstrija-kultura-uzivanja-1174416.html>

<http://www.eurocycle.at/en/>

<http://www.cycletours.com/>

<http://www.galaxy.com/rvw64906-563458/Bicycle-Federation-of-Australia.htm>

<http://www.crow.nl/nl/Publicaties/publicatiedetail?code=REC25>

http://www.franja.org/o_maratonu.html

<http://www.poli.si/poli-maraton/>

<http://www.klet-brda.si/si/maraton-cesenj>

<http://maribor-pohorje.si/kolesarski-maraton-okoli-pohorja.aspx>