

STRATEGIJA RAZVOJA KOLESARSKEGA TURIZMA V OBČINI TRŽIČ



VIZIJA



DO LETA 2020 BO OBČINA TRŽIČ
POSTALA VODILNA GORENJSKA
DESTINACIJA ZA TURNO
KOLESARJENJE IN IZHODIŠČE ZA
VEČDNEVNO KOLESARJENJE PO
GORENJSKEM ZA TUJE KOLESARJE.

KAZALO

1. UVOD	6
1.1 NAMEN IN CILJI PRIPRAVE STRATEGIJE RAZVOJA KOLESARSKA TURISTIČNE DESTINACIJE TRŽIČ	6
2. KOLESARSKI TURIZEM IN KOLESARSKI TURISTIČNI PRODUKT	8
3. SLOVENIJA KOT KOLESARSKA TURISTIČNA DESTINACIJA	10
3.1 STRATEŠKI OKVIR ZA RAZVOJ KOLESARSKEGA TURIZMA V SLOVENIJI	10
3.2 TRAJNOSTNI VIDIK KOLESARSKEGA TURIZMA IN TRAJNOSTNI TURIZEM V SLOVENIJI.....	12
4. ZAKONSKO UREJANJE KOLESARJENJA V SLOVENIJI	14
4.1 GORSKO KOLESARJENJE	14
5. ANALIZA STANJA	15
5.1 TRŽIČ KOT TURISTIČNA DESTINACIJA	15
5.2 ANALIZA ORGANIZIRANOSTI TURIZMA V DESTINACIJI	18
5.3 TRŽIČ KOT KOLESARSKA TURISTIČNA DESTINACIJA	19
5.3.1 Analiza ponudbe.....	19
5.3.2 Analiza vrzeli	20
6. SEGMENTACIJA KOLESARSKEGA GOSTA V DESTINACIJI TRŽIČ	22
6.1. ANALIZA ANKETE MED OBSTOJEČIMI KOLESARJI	22
6.2 ANALIZA ANKETE MED ČLANI DELOVNE SKUPINE.....	24
6.3.SWOT ANALIZA	25
6.4 SEGMENTACIJA KOLESARJEV V OBČINI TRŽIČ.....	27
6.4.1 Segmentacija glede na tip kolesarjenja.....	27
6.4.2 Segmentacija glede na trg prihoda.....	29
7. RAZVOJ KOLESARSKA TURISTIČNE DESTINACIJE TRŽIČ	31
7.1 KOLESARSKA TURISTIČNA DESTINACIJA TRŽIČ IN POVEZOVANJE	31
7.2. ORGANIZACIJSKI MODEL V NASTAJANJU	32
7.2.1 Trenutno stanje	32
7.2.2. Model organiziranosti	32
8. ZAKONODAJA, OZNAČEVANJE IN INFRASTRUKTURA	35
8.1. ZAKONODAJA.....	35
8.1.1. Gorsko kolesarjenje	35
8.2. INFRASTRUKTURA	36
8.2.1. Glavne kolesarske žile	36

8.2.2. Preostale pomembne kolesarske povezave/poti/ture	37
8.2.3. Izgradnja namenske infrastrukture	38
8.2.4. Vzdrževanje kolesarske infrastrukture	38
8.2.5. Podporna infrastruktura in storitve za kolesarjenje	38
8.2.6. Izobraževanje ponudnikov	38
9. OBLIKOVANJE TRŽENJSKE IN KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	42
9.1 TRŽENJSKO POZICIONIRANJE	42
9.1.1 Prednosti Tržiča kot kolesarske destinacije	42
9.1.2 Točke razlikovanja v primerjavi s konkurenco	42
9.1.3 Analiza konkurence glede na segmente ciljnih skupin	43
9.2 KLJUČNE CILJNE SKUPINE	44
9.2.1 Analiza motivov za potovanje turnih kolesarjev	44
9.2.2 Analiza izpolnjevanja motivov za potovanje v primerjavi s konkurenco	44
9.3 TRŽNA ZNAMKA TRŽIČ – KOLESARSKA DESTINACIJA TRŽIČ	45
9.3.1 Analiza ustreznosti obstoječe destinacijske znamke	45
9.3.2 Identiteta znamke	46
9.4 KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA	45
9.4.1 Oblikovanje trženjskega spleta	46
9.4.2 Komunikacijski kanali	46
10. AKCIJSKI NAČRT AKTIVNOSTI	52
10.1.1. Razvoj infrastrukture in njena legalizacija	52
10.1.2. Vzpostavitev primerne organizacijske strukture	52
10.1.3. Zasnova prioriternih razvojnih projektov na področju kolesarstva	52
10.2. Izvedba trženjske strategije	52
10.2.1. Organizacija kolesarskih dogodkov in podpora	52
10.2.2. Vzpostavitev prodajnih kanalov	52
10.2.3. Vzpostavitev sistema za vodenje statistike kolesarskih gostov	52
10.3. Opredelitev prioriteta, operativnih ciljev in ukrepov	53
10.4. Predlog prioriternih razvojnih projektov	54
11. LITERATURA IN VIRI	59
PRILOGE	60

1. UVOD

Kolesarski turizem je eden izmed najhitreje rastočih segmentov v turizmu, ki kot trajnostna oblika rekreacije poleg ekonomskih, destinacijam prinaša tudi okoljske in socialne koristi. Številne destinacije po svetu in v Evropi so te koristi že prepoznale in razvile uspešno kolesarsko turistično ponudbo, ki je ponekod postala celo ena izmed nosilnih gospodarskih aktivnosti destinacij.

Občina Tržič ima zaradi razgibanega terena, ohranjene narave, ugodne lege in množice različnih cest in poti, idealne danosti za razvoj kolesarskega turizma. V občini je potrebno kolesarske produkte in ponudbo najprej razviti, pri čemer je za uspeh ključno, da se v razvoj vključijo lokalni kolesarji, turistični ponudniki in preostali deležniki.

Na podlagi analize obstoječe ponudbe, stanja infrastrukture in raziskav med kolesarji smo kot primarni segment identificirali turne kolesarje, ki jim obstoječa infrastruktura najbolj ustreza, poleg tega je že danes večina kolesarjev v občini prav turnih. V prihodnje, ko se bo število kolesarjev povečevalo, se bo povečevalo tudi zanimanje za nadaljnje investicije v kolesarsko infrastrukturo. Ta se bo sčasoma razširila tudi na preostale segmente kolesarjev, kot so gravitacijski in družinski.

S segmentacijo, analizo naravnih in preostalih danosti ter oblikovanjem identitete smo opredelili naslednjo vizijo:

Do leta 2020 bo občina Tržič postala vodilna gorenjska destinacija za turno kolesarjenje in izhodišče za večdnevno kolesarjenje po gorenjskem za tuje kolesarje.

Zaradi ugodne lege in lahkega dostopa, se kolesarski turistični produkti lahko preprosto navezujejo na destinacije v bližnji okolici, ki imajo večji razvojni potencial na

področju kolesarskega turizma. Občina Tržič je ta potencial prepoznala med prvimi, zato lahko pri razvoju tega nišnega produkta prevzame vodilno vlogo v regiji.

1.1 NAMEN IN CILJI PRIPRAVE STRATEGIJE RAZVOJA KOLESARSKE TURISTIČNE DESTINACIJE TRŽIČ

Namen strategije je, da se v sodelovanju z lokalnimi kolesarji in deležniki analizira obstoječe stanje in možnosti za razvoj kolesarskega turizma v občini Tržič ter opredeli aktivnosti in načine za doseganje zastavljenih ciljev. Strategija sama po sebi ni zagotovilo za uspešen razvoj kolesarskega turizma. Ta je odvisen predvsem od vključenosti, sodelovanja in motivacije lokalnih deležnikov ter zagotavljanja potrebnih sredstev.

Cilji strategije:

- analiza obstoječega stanja na področju turizma v občini;
- analiza obstoječih strateških dokumentov in zakonodaje;
- analiza obstoječe infrastrukture;
- izbira najprimernejših ciljnih segmentov;
- oblikovanje trženjske strategije;
- izdelava akcijskega načrta.



2. KOLESARSKI TURIZEM IN KOLESARSKI TURISTIČNI PRODUKT

Kolesarjenje, kot ga poznamo danes, ima različne pojavnne oblike, na eni strani predstavlja priljubljeno in množično rekreativno oziroma športno aktivnost ter z njo povezano turistično dejavnost, na drugi strani pa trajnostni način mobilnosti oziroma transportno sredstvo. Kolesarjenje tako postaja ena izmed najpomembnejših trajnostnih oblik športne, rekreacijske in turistične dejavnosti. Razvoj kolesarskega turizma in z njim povezana izgradnja kolesarjem prijazne infrastrukture omogoča in spodbuja uporabo kolesa med lokalnim prebivalstvom za potrebe dnevne mobilnosti v destinaciji. S tem razvoj kolesarskega turizma pomembno pripomore k rabi mehke mobilnosti in dvigu kakovosti življenjskega prostora tudi za lokalno prebivalstvo.

Gorsko kolesarjenje kot aktivnost zajema predvsem kolesarjenje zunaj tlakovanih ali asfaltiranih poti, kolesarjenje po enoslednicah, na naravni podlagi, ali po poteh zgrajenih prav za gorske kolesarje. Zaradi različnih podlag oziroma okolij v katerih je gorsko kolesarjenje mogoče, je to primerno za zelo širok spekter ljudi od najmlajših, družin in upokoencev do vrhunskih športnikov. Posledično se je gorsko kolesarjenje izoblikovalo v več poddisciplin, ki imajo svoje značilnosti, potrebe in ciljne skupine. Glavne podskupine so vožnja čez drn in strn (angl. cross country), turno kolesarjenje in gravitacijske discipline, kot so spust (angl. downhill), prosti slog (angl. freeride), skoki (angl. dirt jump) itd. Z disciplinami se spreminja tudi struktura ljudi, ki se z njimi ukvarjajo. Poleg omenjenih disciplin se zaradi hitro spreminjajočih se trendov nenehno pojavljajo nove, v zadnjem času enduro in slope style.

Kolesarski turizem je oblika turizma, ki v središče postavlja kolo kot sredstvo za premikanje in počitniško motivacijo. Kolesarski turizem je eden najbolj dinamičnih segmentov turističnega trga, saj je v skladu s sodobnimi smernicami in življenjskim slogom, ki zapoveduje počasen način potovanja, skrb za telesno pripravljenost, dobro počutje in pobeg od vsakodnevne rutine in stresa. Posledično se povečuje tudi število destinacij, ki razvijajo kolesarske produkte in na letni ravni pritegnejo veliko število obiskovalcev. Škotsko tako letno obišče več kot milijon kolesarjev, kolesarjenje postaja eden izmed nosilnih turističnih produktov v poletni sezoni v sosednji Avstriji, v manjšem kraju Černá Voda na Češkem pa dobro razviti kolesarski produkti na letni ravni privabijo več kot 40.000 obiskovalcev. Kolesarski turizem se hitro razvija tudi v Sloveniji; samo produkt Trans Slovenia na letni ravni ustvari več kot 14.000 nočitev.

Obstaja več opredelitev kolesarskega turizma. Faulks, Ritchie in Fluker (2007) kolesarski turizem opredelijo kot obisk destinacije, ki traja najmanj 24 ur, vsebuje pa tudi kolesarske aktivnosti. Sirše (2005) pa kolesarski turizem opredeli širše, in sicer kot obisk ali potovanje, bodisi eno- ali večdnevno, izven običajnega okolja. Vključuje aktivnost kolesarjenja kot osnovni motiv za obisk določene turistične destinacije, hkrati pa tudi potovanja, na katerih je kolesarjenje le ena izmed mnogih aktivnosti turista, vključno z enodnevnimi kolesarskimi potovanji.

Na podlagi izkušenj številnih evropskih destinacij, ki kolesarski turizem uspešno razvija-

jo ugotavljamo, da razvoj tovrstne oblike turizma vpliva na politiko trajnostne mobilnosti, spodbuja k ponovni rabi opuščene dediščine in infrastrukture ter spodbuja razvoj turizma na odmaknjenih območjih in v obdobjih izven glavne turistične sezone. Zaključimo lahko, da kolesarski turizem prinaša številne prednosti in priložnosti okolju, v katerem se razvija.

Prednosti kolesarskega turizma delimo na:

Okoljske:

- Kolesarski turizem je okolju prijazna oblika turizma z minimalnim negativnim vplivom na okolje in lokalno skupnost. Izgradnja namenske infrastrukture za kolesarjenje ureja kolesarjenje v lokalnem okolju, saj zmanjšuje potrebo po vožnji izven urejenih poti in z njo povezanih negativnih vplivov na okolje.

Ekonomske:

- Kolesarski turizem kot sekundarna aktivnost lahko v kratkem času spodbudi močno povpraševanje in omogoča razvoj spremljajočih dejavnosti, kot so gostinstvo, namestitvene kapacitete, servisna in informacijska dejavnost.
- Kolesarski turizem beleži izjemno rast, poleg tega so kolesarski turisti poznani kot dobri gostje, saj v destinaciji ostanejo dlje in potrošijo več od povprečnega obiskovalca.
- Razvoj turističnega kolesarjenja spremljajo dodatne investicije v kolesarsko infrastrukturo, ki spodbuja tudi razvoj trajnostne mobilnosti med lokalnim prebivalstvom.
- Z razvojem kolesarjenja in kolesarskega turizma lahko izkoristimo obstoječo, največkrat neizkoriščeno infrastrukturo, kot so stranske in podeželske poti ter opuščene železniške proge. Tako že obstoječe prometnice postanejo "ekonomske poti".
- Kolesarski turizem omogoča dodaten vir prihodkov turističnim ponudnikom, ki so težje dostopni in oddaljeni od glavnih prometnic.
- Z razvojem kolesarske infrastrukture se oživlja podeželje in razvijajo nova delovna mesta, ki omogočajo aktivno zaposlovanje mladih, kar posledično zmanjšuje demografsko ogroženost.

Socialne:

- Kolesarjenje spodbuja aktiven in zdrav način življenja. Je priložnost za kakovosten način preživljanja prostega časa na prostem in v naravi za otroke in mladino, med katerimi sta vse bolj razširjena čezmerna telesna teža in debelost.



3. SLOVENIJA KOT KOLESARSKA TURISTIČNA DESTINACIJA

Kolesarjenje postaja vse pomembnejša športna, rekreacijska in turistična dejavnost tudi v Sloveniji, vendar pa urejanje potrebne kolesarske infrastrukture ne sledi temu trendu. V večini slovenskih destinacij so kolesarji poleg tega prepuščeni sami sebi in lastni iznajdljivosti, kar znižuje kakovost njihove izkušnje. S tem destinacije zamujajo priložnosti za razvoj dodatne ponudbe in ustvarjanje dodatnih prihodkov. Neurejena infrastruktura oziroma pomanjkanje osnovne infrastrukture, kot so parkirišča na kolesarskih izhodiščih, pomanjkanje namenskih poti, ipd. vodi do konfliktov s preostalimi uporabniki in lokalnim prebivalstvom ter ima negativne vplive na naravno okolje.

Evropska kolesarska zveza (European Cycling Federation) je leta 2012 objavila raziskavo, v kateri je ocenila, da kolesarski turizem v Evropi ustvari 44 milijard EUR letnega prometa. Po njihovih ocenah naj bi bilo v Sloveniji 9 milijonov dnevnih kolesarskih tur, 70.000 tur, ki ustvarjajo nočitve, in skupno 180.000.000 EUR prihodkov na letni ravni, kar predstavlja skoraj 10 % vseh prihodkov, ki jih ustvari slovenski turizem. Ker v Sloveniji statistike nočitev ne beležimo po turističnih produktih, natančni podatki ne obstajajo.

Kolesarski turizem sovпада s sodobnimi trendi, zato tudi v prihodnje pričakujemo hitro rast. Kolesarski turizem je eden najbolj perspektivnih turističnih produktov tako v širšem evropskem prostoru kot tudi v Sloveniji.

3.1 STRATEŠKI OKVIR ZA RAZVOJ KOLESARSKEGA TURIZMA V SLOVENIJI

Krovni razvojni dokument slovenskega turizma je Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016 (junij 2012), ki kot temeljne usmeritve slovenske turistične ponudbe začrta "zeleno, aktivno in zdravo". Ugotavlja, da zelene danosti že same po sebi zagotavljajo izjemne priložnosti za šport in rekreacijo. Slovenija je že desetletja priljubljeni cilj ljubiteljev pohodništva, kolesarjenja, vodnih športov in preostalih oblik aktivnega preživljanja prostega časa. Strategija navaja, da produkta pohodništvo in kolesarjenje vodi in razvija gospodarsko interesno združenje Pohodništvo&kolesarjenje giz, ki deluje od aprila 2008 in katerega člani so specializirane namestitve za pohodništvo in/ali kolesarjenje. Pohodništvo in kolesarjenje sta med najpomembnejšimi in najbolj trajnostnimi proizvodi aktivnih počitnic v Sloveniji z več kot 10.000 km dobro označenih pohodniških poti in več kot 8.000 km označenih kolesarskih poti.

Vizija interesnega združenja je postati močno produktno združenje za ponudbo aktivnih, zelenih, trajnostnih počitnic v Sloveniji ter umestitev Slovenije na zemljevid Evrope kot razvite pohodniške, kolesarske in nasploh destinacije s ponudbo

različnih dejavnosti na prostem (outdoor). Cilj je povečanje števila prenočitev s področja dejavnosti na prostem (outdoor) za 5 % na letni ravni. Na državni ravni pa je razvoju pohodništva, kolesarjenja in preostale ponudbe na področju dejavnosti na prostem (outdoor) namenjen premajhen poudarek in premalo sredstev. Oviro za razvoj predstavljajo tudi neusklajena zakonodaja in podzakonski akti.

Kot enega izmed ukrepov v obdobju od 2012-2016 dokument navaja razvoj celovitega kolesarskega omrežja, povezanega z mednarodnimi kolesarskimi potmi in spremljajočo infrastrukturo. Predvideva tudi spodbujanje uvedbe enotnega nacionalnega sistema označevanja kolesarskih in pohodniških poti.

Slovenska turistična organizacija je leta 2005 naročila izdelavo študije Strategija razvoja turističnega proizvoda kolesarjenje v Sloveniji (Mednarodni inštitut za turizem, Janez Sirše), iz katere nekatere ugotovitve črpa tudi Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016. Najbolj zanimiva je SWOT analiza, iz katere je razvidno, da ima Slovenija zaradi naravnih danosti, majhnih razdalj, številnih naravnih in kulturnih znamenitosti, čistega in ohranjenega okolja in ugodnih vremenskih razmer izjemne priložnosti za razvoj gorskega in nižinskega turističnega kolesarjenja. Vendar je kolesarjenje kot turistični produkt v Sloveniji še vedno slabo razvit, večina ponudbe temelji na ljubiteljski ali klubski pobudi.

Analiza iz leta 2005 je v veliki meri aktualna tudi danes, kar kaže na (pre)počasen razvoj. Navkljub nesistematičnemu razvoju kolesarskega turizma na državni ravni so posamezni ponudniki in destinacije že prepoznali prednosti razvoja tovrstnega turizma.

Od analize leta 2005 do danes se je segment kolesarskega turizma hitro širil, predvsem zaradi razvoja novih tipov kolesarjenja in z njimi povezanih produktov, kot je denimo enduro kolesarjenje. Segmentacija gostov je ostala razmeroma nespremenjena; večina kolesarskih gostov je še vedno domačih obiskovalcev oziroma tujih gostov iz Nemčije, Avstrije, Italije, Anglije, Nizozemske in Švice. Opažamo, da vedno več gorskokolesarskih gostov prihaja tudi z drugih celin in iz držav, kot so Izrael, ZDA, Kanada in Avstralija.

PREDNOSTI

- pestra razporejenost turističnih središč,
- majhne razdalje med turističnimi središči,
- veliko naravnih in kulturnih znamenitosti, ugodna geografska lega in relief,
- obsežna območja naravnega prostora, ugodna lega,
- relativno ugodne cene.

PRILOŽNOSTI

- možnost povezave na evropsko kolesarsko omrežje,
- hitro rastoče povpraševanje po turistični ponudbi kolesarjenja,
- možnost uporabe obstoječih poti za turistično kolesarjenje,
- izkoriščanje naraščajočega povpraševanje po aktivnih počitnicah,
- dopolnjevanje obstoječe turistične ponudbe v turističnih središčih,
- podaljšanje sezone,
- razvoj specialne kolesarske infrastrukture.

SLABOSTI

- nepopolne, nepovezane in nedograjene kolesarske poti,
- neenotnost koncepta izgradnje kolesarskih povezav,
- slabe in nepopolne oznake kolesarskih poti,
- neopredeljene odgovornosti posameznih subjektov, ki delujejo na področju kolesarjenja,
- nezanimanje določenih ponudnikov, nepovezanost ponudnikov turističnega kolesarjenja,
- premalo specializirana ponudba,
- neizdelana politika razvoja turističnega kolesarjenja,
- nejasno pozicioniranje Slovenije kot kolesarsko zanimive države.

NEVARNOSTI

- vse večja konkurenca,
- premajhno razumevanje države za vlaganja v turistično in kolesarsko infrastrukturo,
- nadaljnja neorganiziranost področja turističnega kolesarjenja,
- nadaljnja nezainteresiranost turističnih ponudnikov ,
- nezadostna promocija turističnega kolesarjenja na nacionalni ravni,
- zakonodajne omejitve.

Vir: Strategija razvoja turističnega proizvoda kolesarjenje v Sloveniji, 2005.

3.2 TRAJNOSTNI VIDIK KOLESARSKEGA TURIZMA IN TRAJNOSTNI TURIZEM V SLOVENIJI

Aktualna Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016 je dokaz, da je Slovenija prepoznala trajnostni razvoj turizma kot strateško razvojno usmeritev in jo skladno s tem umestila v vse ključne stebre razvoja in trženja turizma na najvišji ravni.

Strategija opredeli razvojno usmeritev slovenskega turizma kot:

»Dobro ohranjena narava in naravne danosti so ključna konkurenčna prednost Slovenije, iz katere izhaja krovna zgodba Slovenije in temeljna področja turistične ponudbe Slovenije, ki utrjujejo znamko Slovenije in slovenskega turizma I FEEL SLOVENIA.«

Razlogi za tovrstno pojmovanje so rezultat večletnega procesa, ki je šel od prizadevanj po zmanjševanju vplivov, ki jih ima turizem na okolje, prek prepoznavanja trajnostne naravnosti slovenskega turizma kot konkurenčne prednosti do vključevanja trajnostnega razvoja v vse stebre razvoja in trženja slovenskega turizma.

Strategija posebno pozornost namenja prizadevanju ključnih deležnikov za razvoj turizma v naravnem okolju na načine, ki ne bodo vplivali na izgubo habitatov, opozarja na pomen rabe obnovljivih virov energije, rabo vode, trajnostno pridelane hrane, zmanjševanje emisij CO₂, trajnostno ravnanje z odpadki ter na prodajo spominkov, ki ne bodo narejeni iz delov ogroženih rastlinskih in živalskih vrst.

Pohodništvo in kolesarjenje prepoznava kot enega izmed najpomembnejših in najbolj trajnostnih produktov aktivnih počitnic v Sloveniji z izjemnim potencialom. Opredeli tudi ključne izzive za razvoj: ureditev zakonodaje, ureditev financiranja investicij v okolju prijazno ponudbo in razvoj potrebne infrastrukture.

Kolesarjenje je med najbolj zelene turistične produkte poleg pohodništva, opazovanja narave, adrenalinske rekreacije in spoznavanja dediščine uvrstila tudi raziskava »Slovenska nacionalna identiteta v luči turističnega diskurza« Znanstvenoraziskovalnega središča Univerze na Primorskem.

ZAKLJUČEK:

Kolesarski turizem predstavlja enega izmed najhitreje rastočih segmentov turistične ponudbe. Je trajnostno naravnano, saj ponuja doživljanje naravnih vrednot in kulturne dediščine na odgovoren in okolju prijazen način. S tem pomembno vpliva na potencial rasti in priložnosti za razvoj lokalnih skupnosti.

Slovenska turistična organizacija je v svojih strateških dokumentih kolesarski turizem prepoznala kot osnovo za nosilne turistične produkte, ki osmišljajo sporočilo znamke I feel Slovenia: zelena, aktivna, zdrava.

Strategija narekuje razvoj slovenskega turizma po trajnostnih načelih. V okviru teh prizadevanj prepoznava kolesarjenje kot produkt, ki po strukturi močno ustreza nacionalnim razvojnim in promocijskim ciljem.

Kolesarjenje ima potencial postati eden osrednjih produktov Slovenije kot destinacije, ki temelji na trajnostnem razvoju in priložnostih za odgovorni in aktivni oddih v ohranjenem naravnem okolju.



4. ZAKONSKO UREJANJE KOLESARJENJA V SLOVENIJI

Formalno pravno kolesarski turizem v Sloveniji urejajo številne zakonske podlage, kar močno posega v razvoj produkta. Na nacionalnem nivoju so sprejete naslednje zakonske podlage:

- Zakon o cestah (ZCes)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO5788>,
- Zakon o motornih vozilih (ZMV)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO5791>,
- Zakon o pravilih cestnega prometa (ZPrCP)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO579>,
- Zakon o graditvi objektov (ZGO-1)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO3490>,
- Uredba o vrstah objektov glede na zahtevnost
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=URED4719>.

4.1 GORSKO KOLESARJENJE

Navkljub atraktivni in razvejani infrastrukturi se ta segment kolesarjenja srečuje z največjimi problemi na zakonodajnem področju, saj njegov razvoj močno ovirajo številni zakonodajni predpisi.

Zakon o ohranjanju narave (ZON)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1600>.

Leta 2014 je bil spremenjen Zakon o ohranjanju narave (ZON). Vnesena je bila pomembna sprememba, ki pravi, da je vožnja po utrjenih poteh dovoljena, če temu ne nasprotuje lastnik ali upravljavec poti. Gorsko kolesarjenje pa je kljub temu še vedno daleč od urejene turistične dejavnosti. Zakonodaja, ki določa pogoje dostopa do poti v naravnem okolju, na primer enoslednic, kot so planinske poti, mulatjere in gozdne poti, v Sloveniji še vedno ni naklonjena gorskemu kolesarjenju in ga v pretežni meri omejuje. V veljavi ostajati določbi, da je vožnja po planinskih poteh na eni strani ter po poteh in vlakah v gozdnem prostoru na drugi strani prepovedana, razen, če ni izrecno dovoljena. Na drugih utrjenih poteh v naravnem okolju, npr. poljskih poteh in mulatjerah, pa je praviloma dovoljena, razen če temu ne nasprotuje lastnik ali upravljavec poti (www.odprimopot.si, 2015). Poleg tega so z novim zakonom začela veljati tudi nova določila za organizatorje prireditev v naravnem

okolju (Zavod RS za varstvo narave), kar še dodatno otežuje organizacijo javnih kolesarskih prireditev v naravi.

Zakon o gozdovih (ZG)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO270>.

- Vožnja s kolesi je dovoljena na gozdnih cestah, če z režimom uporabe gozdne ceste ni določeno drugače; gozdne ceste morajo biti označene kot gozdne ceste, uporabniki pa jih uporabljajo na lastno odgovornost (10., 37., 38., 39. in 40. člen);
- Na gozdnih vlakah in drugih poteh je dovoljeno, če so označene (10., 40. člen);
- Vožnja s kolesi ni dovoljena (37., 40. člen) zunaj gozdnih cest, izjema je samo reševanje.

Zakon vključuje conacijo gozdnega prostora z vidika rekreacije in turizma, ki določa naslednje cone: cona A (brez rabe), cona B (vožnja s kolesi možna po strokovni presoji), cona C (vožnja s kolesi po označenih vlakah), cona D (druga območja). Zakon določa, da v območjih conacije B, C in D poti za kolesarjenje sporazumno določijo in označijo lastniki gozdov, Zavod za gozdove Slovenije in pristojna lokalna skupnost (40. člen Zakona o gozdovih Ur. l. RS št. 30/93). Če poti niso označene, kolesarjenje tudi v območjih B, C in D ni dovoljeno. V območju A je kolesarjenje v celoti prepovedano, označitev teh poti ni možna.

Zakon o planinskih poteh (ZPlanP)
<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4767>.

Zakon določa, da vožnja s kolesi ni dovoljena (19. člen, (3) odstavek) po planinskih poteh, ki ne potekajo po poljskih poteh in gozdnih prometnicah, razen po poteh, ki jih določi minister, pristojen za šport in so označene. Merila za dvonamensko rabo planinskih poti so predvidela, da se odprejo planinske poti, ki vodijo po prometnicah in so bile grajene za vožnjo. Preostale planinske poti se bo odprlo le na predlog in s soglasjem skrbnika planinske poti. Določena so izhodišča za izbor kje vožnja ni dovoljena, tehnični kriteriji za izbor poti primernih za dvonamensko rabo in pogoji za dvonamenske poti.

Komisija za turno kolesarstvo (KTK) pri PZS pri urejanju področja turnega kolesarstva (gorsko kolesarjenje) zagovarja prepričanje, da naj bi bile vse markirane dvoslednice odprte (če to ni v nasprotju z drugimi zakoni), enoslednice (steze) pa

se lahko odpirajo po sprejetih tehničnih kriterijih kot dvonamenske poti. Za nemarkirane poti predlaga odprtje vseh dvoslednic, o nemarkiranih enoslednicah pa še ni bilo sprejeto jasno uradno stališče. Doseči bi bilo treba tudi odprtje vseh nemarkiranih enoslednic (ob strokovno utemeljenih izjemah), vendar pa bi to bilo v nasprotju z Zakonom o gozdovih, ki zahteva označitev vseh poti. Če bi bilo sprejeto tolmačenje tega zakonskega določila v širšem smislu in bi kot primerno uveljavili tudi elektronsko označitev, bi bila problematika na tem področju lažje rešljiva.

Zakon o kmetijskih zemljiščih (Uradni list RS, št. 71/2011, uradno prečiščeno besedilo in 58/2012).

Ministrstvo za okolje in prostor (MOP) je na državljansko pobudo izdalo mnenje glede vožnje s kolesi po poljskih poteh z dopisom št. 007-403/2014/146 z dne 29. 10. 2014. V njem ugotavlja, da je v naravnem okolju vožnja s kolesi dovoljena po utrjenih poteh, če temu ne nasprotuje lastnik ali upravljavec poti. Poljska pot ustreza kriteriju iz prvega odstavka 28. d člena Zakona o ohranjanju narave, po katerem je utrjena pot, pas zemljišča, ki se uporablja za hojo ali vožnjo in ki je za ta namen tudi utrjen (www.odprimopoti.si, 2014).

Urejanje gorskega kolesarjenja: Slovenski gorskokolesarski konzorcij odprimopoti.si in delovne skupine. 14 ključnih organizacij s področja (gorskega) kolesarstva in turizma je julija 2014 oblikovalo konzorcij odprimopoti.si (www.odprimopoti.si). Namen konzorcija je predvsem sodelovanje pri usklajenem in celovitem delovanju za načrtni razvoj tako gorskega kolesarstva kot kolesarjenja, kar zajema ureditev in uskladitev obstoječih zakonodajnih aktov ter vprašanj odgovornosti. Na ministrstvu, pristojnem za turizem, so julija 2015 sprejeli vlogo koordinatorja predlagane medresorske delovne skupine za ureditev (gorsko) kolesarske dejavnosti, konzorcij pa je član omenjene skupine.

ZAKLJUČEK:

Pri razvoju kolesarskega turizma v občini Tržič moramo izhajati iz zakonskih določil, veljavnih za to področje, ki pa so posebej na področju gorskega kolesarjenja zelo restriktivna in močno ovirajo razvoj tovrstnih turističnih produktov.

S sprejetjem novega Pravilnika o prometni signalizaciji (predvidoma še v letu 2015) bo mogoče izboljšati kakovostno raven oznak na glavnih kolesarskih poteh in informacij, ki jih te posredujejo. Pravilnik bo predvidoma ponudil tudi okvir in smernice za vse preostale kolesarske poti. Nujno pa bo treba rešiti tudi označevanje v primeru čezmejnih kolesarskih poti.

Na področju gorskega kolesarjenja potekajo intenzivni pogovori in priprava predlogov za prilagoditev zakonodajnih aktov, kar bi omogočilo nadaljnji razvoj te zvrsti kolesarjenja in z njo povezanih turističnih produktov. Hitre in konkretne rešitve so nujne, saj zaradi neprimerne zakonodaje prihaja do konfliktov med gorskimi kolesarji in preostalimi uporabniki poti ter lastniki, hkrati pa obstoječa zakonodaja preprečuje oblikovanje kakovostnih gorskokolesarskih turističnih produktov.

Za ureditev področja gorskega kolesarjenja je pomembna vzpostavitev komunikacije z lastniki in vzpostavitev sistema vzdrževanja poti, za to pa je potrebno najprej legalizirati poti.

V občini Tržič bi bilo treba poti evidentirati in presoditi ter predvideti konkretne korake za označevanje in s tem legalizacijo teh poti za namen gorskega kolesarjenja na osnovi predloga Zavoda za gozdove.



Podljubelj

Podljubelj

Storžič

Sava

Škofja Loka

Ljubljana

Kamnik

Kranj

Mengeš

Domžale

Zgornji Brnik

Snovik

Medvode

Moravče

Grad

Kamnik

Dobrova

Litija

Grintovec

Luče

Begunje na Gorenjskem

Zgornje Jezersko

Logarska Dolina

Lesce

Radovljica

Naklo

Zgornji Brnik

Snovik

Selca

Sv. Lenart

Kamnik

Trojane

Izlake

Zagorje ob Savi

Trbovlje

Vransko

Nizka

Mozirje

Ljubno ob Savinji

Topolšica

Topla

Črna na Koroškem

Eisenkappel

Zell-Pfarre

Ferlach

Feistritz im Rosental

Leše

Mežica

Prihodi

Jesenice

Hochstuhl

Dolenji Novaki

Gorenja Vas

Žiri

Polhograjski Dolomiti

Brezovica pri Ljubljani

podnja Idrija

5. ANALIZA STANJA

- Velikost občine: 155,4 km² ali 0,8 % ozemlja Republike Slovenije.
- Krajevne skupnosti: 13 krajevnih skupnosti: Bistrica pri Trziču, Brezje pri Trziču, Jelendol, Kovor, Križe, Leše, Lom pod Storžičem, Podljubelj, Pristava, Sebenje, Senično, Ravne in Trzič – mesto.
- Naselja: 35 naselij: Bistrica pri Trziču, Brdo, Breg ob Bistrici, Brezje pri Trziču, Dolina, Gozd, Grahovše, Hudi Graben, Hudo, Hušica, Jelendol, Kovor, Križe, Leše, Loka, Lom pod Storžičem, Novake, Paloviče, Podljubelj, Popovo, Potarje, Pristava, Retnje, Ročevnica, Sebenje, Senično, Slap, Spodnje Vetrno, Trzič, Vadiče, Visoče, Zgornje Vetrno, Zvirče, Čadovlje pri Trziču in Žiganja vas.
- Število prebivalcev 1. 1. 2015: 14.994 (SUR5).
- Nadmorska višina: najmanjša nadmorska višina je 434 m (Novake), največja nadmorska višina je 2.133 m (Košutnikov turn).
- Povprečna neto plača na zaposleno osebo (2014): 874,39 EUR (SUR5).
- Število zaposlenih oseb: 5.931 (2014, SUR5).
- Število podjetij v dejavnosti C-K-SDK 2002, 2007: 665.

Občina Trzič na severu po gorskem grebenu osrednjih Karavank meji z Republiko Avstrijo, na zahodu na občini Žirovnica in Radovljica, na vzhodu na občini Jezersko in Preddvor ter na jugu na občini Kranj in Naklo. Ozemlje skoraj v celoti pripada porečju Trziške Bistrice, le manjši del porečju Kokre. Severni del občine zavzema visokogorje osrednjih Karavank, sledi ji sredogorje trziške gorske pokrajine s Kriško goro in Dobrčo, ki se proti jugu zložno spušča v gričevje in Dobrave.

Gorati del občine prekinjajo tri večje doline: rečni dolini Trziške Bistrice in Mošenika ter ledeniško preoblikovana dolina Lomščice. 70 % občine prekriva gozd, med drevesnimi vrstami pa izrazito prevladuje smreka.

Trzič leži ob glavni ljubeljski cesti, ki pelje iz Ljubljane in Kranja čez Ljubelj v Avstrijo. Od glavnega mesta je oddaljen samo 45 km. Ob delavnikih pelje iz Trziča v Ljubljano 20 avtobusov. Od mednarodnega letališča Jože Pučnik je Trzič oddaljen 20 km, od avstrijske meje le 12 km. Občina je lahko dostopna.

5.1 TRZIČ KOT TURISTIČNA DESTINACIJA

Trzič ima zelo ugodno strateško lego. Občina si prizadeva bolje izkoristiti bližino Avstrije oziroma zahodne in osrednje Evrope, lego ob pomembni prometnici Celovec – Ljubljana, bližino avtocestnega kraka A2, neposredno bližino Bleda, Bohinja in Kranjske Gore ter nenazadnje tudi bližino prestolnice in osrednjega slovenskega letališča. V Trziču veliko razvojno priložnost predstavljata ohranjena naravna in bogata kulturna dediščina.

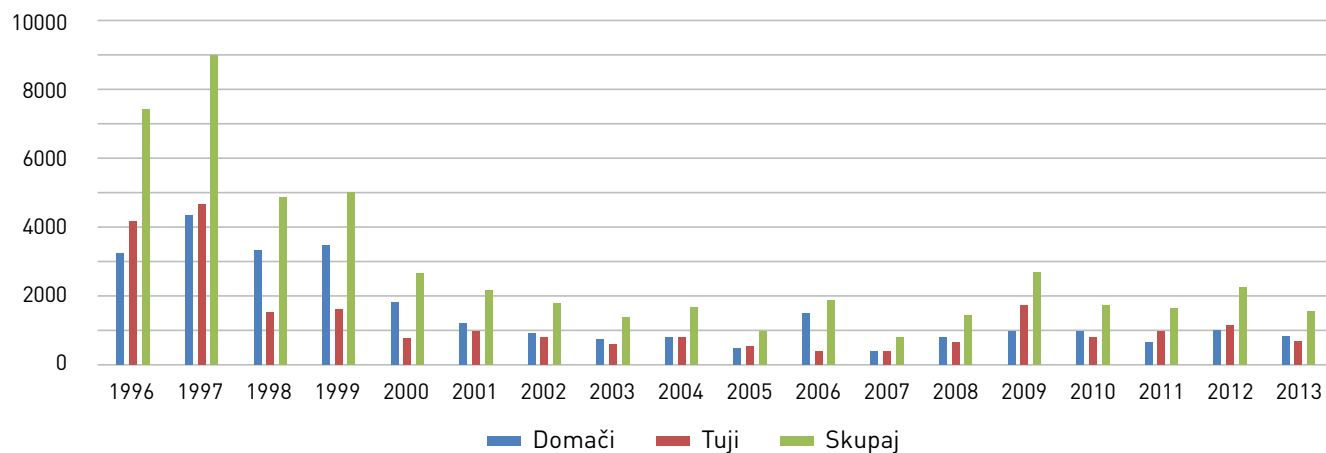
Pomen turizma v občini:

Turizem je ena izmed prioriteten dejavnosti občine Trzič, ki potenciala še ne izkorišča. Vzrok je predvsem slaba valorizacija primarne turistične ponudbe. Zato si občina med cilji zadaja tako zvišanje prihodkov iz naslova turistične potrošnje kot tudi valorizacijo naravnih vrednot in kulturne dediščine.

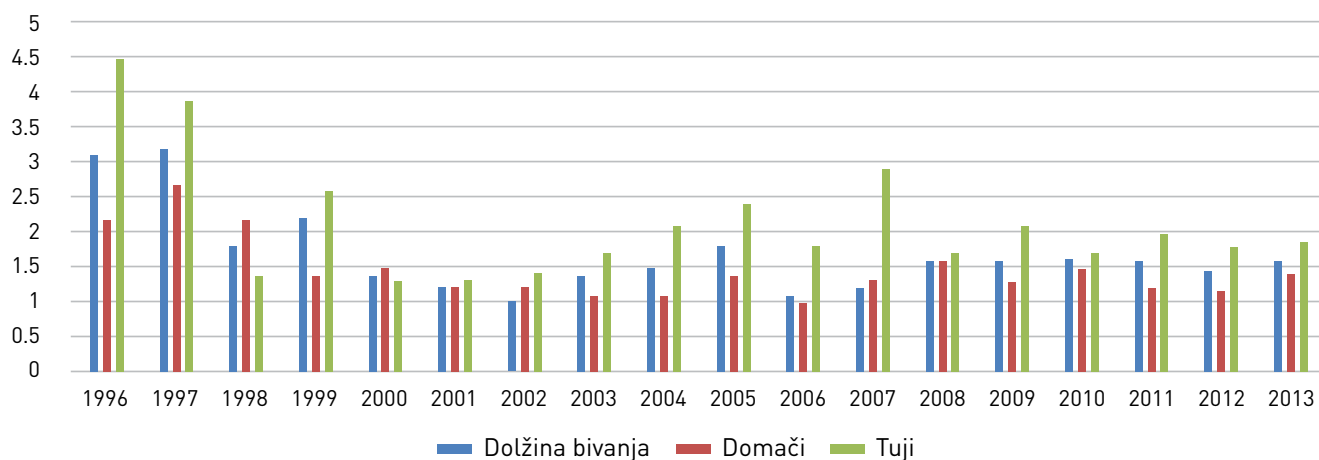
Gibanje turističnega povpraševanja v Trziču:

Graf na naslednji strani prikazuje število prenočitev med letoma 1996 in 2013. Število je najnižjo točko doseglo leta 2005, ko so se zaprle nekatere prenočitvene kapacitete, kot so hotel, kampi in delavski počitniški domovi, nato pa se je postopoma nelinearno povečevalo.

5.2 ANALIZA ORGANIZIRANOSTI TURIZMA V DESTINACIJI



Spodnji graf prikazuje povprečno dobo bivanja turistov v Trzinu. Od leta 2002, ko je bila najnižja, se postopoma nelinearno povečuje.



Tuji gostje prihajajo v občino Trzin iz za Slovenijo tradicionalnih trgov, kot so Nemčija, Nizozemska, Italija. Največji upad tujih gostov od leta 1996 je bil s Češke, Hrvaške in iz Romunije.

Najbolj obiskane znamenitosti v občini Trzin v letu 2014 so bile Trziški muzej, Galerija Atrij občine Trzin, Razstavno izobraževalno središče Dolina in Dovžanova soteska.

- **JAVNI SEKTOR:** V okviru Urada za gospodarstvo in družbene dejavnosti deluje Turistično promocijski in informacijski center (TPIC), v katerem sta zaposleni dve delavki.

- **ZASEBNI SEKTOR:** Pomemben ponudnik v občini je Koren Sports, eno izmed vodilnih slovenskih podjetij na področju organiziranja in izvajanja športnih programov, ki pa ima športne parke tudi izven območja občine.

- **CIVILNI SEKTOR:** Najbolj aktivno je Turistično društvo Trzin, ki je tudi organizator tradicionalnih prireditev. Na območju občine deluje še množica športnih, kulturnih in preostalih društev in organizacij.

5.3 TRŽIČ KOT KOLESARSKA TURISTIČNA DESTINACIJA

5.3.1 ANALIZA PONUDBE

Infrastruktura za kolesarjenje	
Kakovostna infrastruktura za kolesarjenje	Občina ima obstoječo infrastrukturo, primerno za turno kolesarjenje, ki jo je potrebno smiselno oblikovati v primerne ture in jo ustrezno označiti. Ima veliko priložnosti za razvoj gorskokolesarske infrastrukture po obstoječih enoslednicah. Zaradi restriktivne zakonodaje in lastništva zemljišč, kratkoročno ni mogoče pričakovati razvoja in legalizacije tovrstnih poti. Dolgoročno bi destinacija morala izoblikovati vsaj eno krožno enoslednico dolgo najmanj 10 km, namenjeno izključno kolesarjem.
Raznolikost kolesarske infrastrukture	Poleg infrastrukture za turne kolesarje se na območju občine nahaja tudi infrastruktura, primerna za cestne kolesarje, vendar je zaradi geografske majhnosti njen obseg omejen. Večina kolesarske infrastrukture v občini zaradi razgibanega terena ni primerna za družinske kolesarje.
Količina poti, ki omogoča večdnevno (2 do 3 dni) kolesarjenje	V občini je dovolj poti za pestro večdnevno kolesarjenje.
Dostopnost	Osrednje izhodišče v središču mesta je lahko dostopno, prav tako tudi izhodišča na ključnih strateških točkah.
Kolesarjem prijazen javni promet	Trenutno ne obstaja, v sodelovanju s ponudniki ga je še potrebno razviti.
Razpoložljivost informacij o kolesarjenju pred prihodom	Informacije o kolesarjenju v občini so nestrukturirane in razpršene po različnih spletnih mestih in tiskovinah. Zagotoviti je potrebno kakovostne in lahko dostopne podatke o kolesarski infrastrukturi in kolesarski izkušnji v občini.
Razpoložljivost informacij na terenu	Z izjemo krajših odsekov, poti za kolesarjenje niso označene, prav tako tudi ni osrednje informativne table, namenjene kolesarjem.
Vzdrževanje infrastrukture	Ker je v občini samo ena namenska pot za kolesarjenje, obstoječo infrastrukturo vzdržujejo upravljavci poti. Z označevanjem in razvojem namenske infrastrukture bo potrebno izdelati načrt vzdrževanja infrastrukture, določiti skrbnika oziroma izvajalca in zagotoviti potrebna sredstva.
Dogodki	Razvejana mreža poti omogoča organizacijo različnih kolesarskih dogodkov in tekmovanj. Teh trenutno ni veliko in niso celovito koordinirana.
Kolesarska izkušnja	
Edinstvena narava in znamenitosti	Občina se ponaša s številnimi lahko dostopnimi planinami, ki nudijo izjemne panoramske razglede. Poleg panorame narava nudi še nekatere edinstvene znamenitosti, kot je denimo Dovžanova soteska. Te elemente, ki predstavljajo tudi del identitete znamke, je potrebno ustrezno komunicirati.
Kolesarjem prijazne namestitvene kapacitete	Raziskava nemške revije Bike kaže, da se tretjina kolesarjev odloča za nočitev v specializiranih namestitvah, ki pa jih trenutno v občini ni. Za razvoj oziroma prilagoditev obstoječe ponudbe potrebam kolesarjev je ponudnike potrebno ustrezno izobraziti in motivirati ter jim predstaviti možnost certificiranja v shemi kolesarjem prijaznih namestitvenih kapacitet, ki jo je Slovenska turistična organizacija razvila v letu 2014. Za razvoj turnega kolesarjenja v občini so zelo pomembne planinske kočice, ki ležijo na strateških kolesarskih točkah in bi morale svojo ponudbo prilagoditi med prvimi.
Pestrost gostinske ponudbe in prilagojenost kolesarjem	Gostinska ponudba v občini je zelo povprečna, predvsem v planinskih kočah je mogoče doživeti pristno kulinarčno izkušnjo.
Podporne storitve	Lokalne ponudnike je potrebno izobraziti o potrebah kolesarjev in ob pomoči občine zagotoviti pralnico koles, prevoz do izhodiščnih točk, hrambo prtljage in podobno.
Kakovostno vodenje	Vodene ture izvajajo lokalno kolesarsko društvo, nekateri lokalni ponudniki in ponudniki iz preostalih regij. Z razvojem infrastrukture je potrebno vodene ture dodatno promovirati in jih narediti lažje dostopne.
Vključenost in podpora lokalne skupnosti	V občini je veliko strastnih športnikov, tudi kolesarjev, vendar pa kolesarjenje v širši skupnosti še ni prepoznano kot turistična priložnost.
Močna pozicija kolesarske destinacije	Občina še ni prepoznana kot kolesarska destinacija, tudi kolesarji ne prepoznajo njenih prednosti.
Koordinirano trženje in promocija	Trženje in promocija kolesarjenja trenutno nista poenotena, njuna raven je zanemarljiva, zato bo poleg ustreznega kadra na tem področju potrebno zagotoviti tudi zadostna sredstva.
Specializirane agencije	Specializirane agencije zagotavljajo podporne storitve (prevoz prtljage, prevoz gravitacijskim kolesarjem, vodenje itd.) kolesarskim turistom, ki so že v občini ter promovirajo in prodajajo kolesarske turistične programe na tujih trgih. Trenutno takšne agencije v občini ni. Za nadaljnji razvoj kolesarskega turizma je bistveno zagotoviti podporne storitve v lokalnem okolju ter se povezati z domačimi in tujimi specializiranimi agencijami.
Izobraženi in obveščeni turistični ponudniki	Izobraženi in dobro obveščeni turistični ponudniki v občini so pomemben element za uspeh kolesarske destinacije, saj predstavljajo vir informacij o kolesarskih poteh.



5.3.2 ANALIZA VRZELI

Navkljub izjemnim naravnim danostim je turistična ponudba in infrastruktura za kolesarjenje v občini zelo slabo razvita, kolesarjenje pa je omejeno na cestišča, gozdne prometnice in preostale poti, kot so denimo planinske poti, na katerih občasno prihaja do konfliktov s planinci. Največ infrastrukture za kolesarjenje je primerne za srednje in bolj izkušene turne kolesarje. Zaradi zakonodaje in lastništva zemljišč je kolesarjenje omejeno na cestišča in gozdne prometnice, čeprav bi se večina teh kolesarjev raje vozila po enoslednicah. Možnosti za zakonito kolesarjenje po enoslednicah tako v občini ni, a je to kljub temu v porastu; zato prihaja na eni strani do negativnih vplivov na okolje, na drugi strani pa do konfliktov s preostalimi uporabniki teh poti

Infrastruktura za manj izkušene kolesarje, ki sicer ne kolesarijo tako pogosto kot bolj izkušeni kolesarji, a jih je več, je zaradi razgibanosti terena omejena na ravninski predel, njen obseg pa je v primerjavi z bližnjimi destinacijami precej majhen.

ZAKLJUČEK:

Kljub razvejanemu sistemu poti v občini kolesarski produkti niso razviti. V občini ni namenske infrastrukture za kolesarjenje, razvoj zavira tudi restriktivna zakonodaja, ki prepoveduje vožnjo po mreži obstoječih enoslednic. Kolesarjenje je tako mogoče predvsem po cestah in gozdnih prometnicah, ki pa (z eno izjemo) niso oblikovane v trase in niso označene. Zaradi razgibanega reliefa je večina cestne infrastrukture primerna za bolj izkušene kolesarje.

Kakovostna kolesarska destinacija ima poleg dobro razvite infrastrukture tudi razvito specializirano sekundarno turistično ponudbo. Takšne ponudbe v občini še ni in jo je potrebno razviti. Primarno je potrebno razviti kolesarjem prijazne namesnitvene kapacitete in vzpostaviti sodelovanje s specializiranimi turističnimi agencijami. Kolesarskim gostom je potrebno ponuditi tudi kakovostne informacije, tako pred obiskom kot med samim obiskom. Zato je potrebno poleg razvoja trženjskih aktivnosti izobraziti tudi lokalne turistične delavce.



6. SEGMENTACIJA KOLESARSKEGA GOSTA V DESTINACIJI TRŽIČ

S kolesarskim turističnim produktom nagovarjamo kolesarskega gosta, ki skrbi za dobro počutje in aktivno preživlja svoj prosti čas. V destinacijo prihaja na enodnevni izlet, na daljše kolesarske počitnice ali pa počitnice dopolnjuje s kolesarskimi aktivnostmi. V destinaciji povprečno ostaja 3 do 5 dni. Potuje počasi in potrebuje popolno oskrbo lastnih potreb, od ustrezne hrane in pijače do prenočišča, transferjev in podpornih storitev. Ker je počasen, v destinaciji preživi več časa, kolesarske aktivnosti rad združuje z doživetji, ogledi in aktivnostmi. V destinaciji je lahko nastanjen na enem mestu in v času trajanja počitnic obiskuje različne dele destinacije ali se po destinaciji premika zvezno in uporablja vsako noč drug namestitveni objekt. Potuje individualno ali v manjših skupinah in je rad neodvisen. Prihaja iz srednjega in višjega srednjega sloja, ima svoje kolo in pričakuje urejeno kolesarsko infrastrukturo. Eden ključnih motivov za izbiro destinacije mu predstavlja bogata in zanimiva ponudba ob kolesarskih poteh (kulturne in naravne znamenitosti, ponudba za otroke, dobra kulinarika in podobno). Večinoma prihaja iz Slovenije, Avstrije, Nemčije, Anglije, držav Beneluksa in Skandinavije.

Glede na tip kolesarjenja v segmentih opredeljujemo tip kolesa in vrsto podlage na kolesarski trasi.

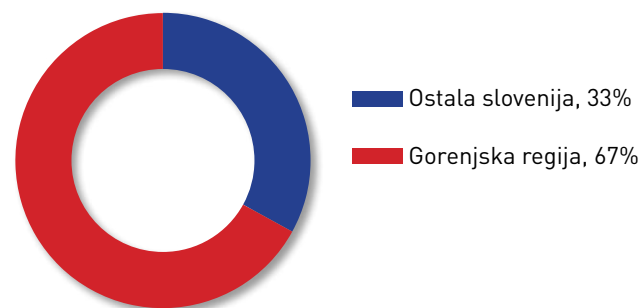
1. Kolesar popotnik, ki uporablja pretežno trekking kolo, vozi po asfaltnih cestah in makadamih, ki večinoma niso glavne prometnice in v večji meri potekajo po prav za to namenjeni infrastrukturi (kolesarskih poteh). Primer take poti je obrečna kolesarska pot ob Soči.
2. Cestni kolesar, ki uporablja cestno kolo oziroma "specialko", vozi po obstoječem cestnem omrežju z dobro (utrjeno) asfaltno površino.
3. Turni kolesar, ki uporablja cross country ali all mountain gorsko kolo, se večinoma vozi po že obstoječih gozdnih, poljskih in pohodniških poteh. Pri spustih se poslužuje predvsem enoslednic (single trail).
4. Gravitacijski gorski kolesar, ki uporablja kolo za spust ali freeride, uporablja tehnično zahtevne enoslednice, potrebuje pa tudi namensko infrastrukturo.
5. Družinski kolesar, kot pove že ime samo, kolesari z družino in otroci in potrebuje namensko infrastrukturo.

6.1. ANALIZA ANKETE IZVEDENE MED OBSTOJEČIMI KOLESARJI

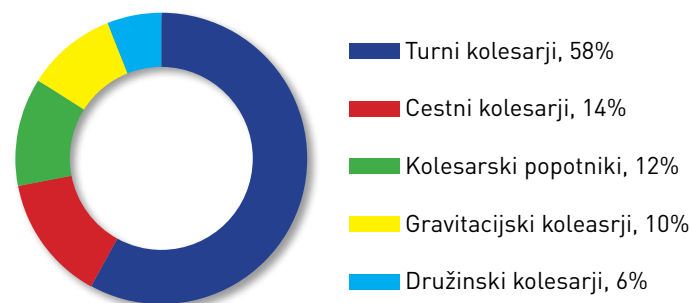
Anketa je bila izvedena septembra in oktobra 2015. V njej je sodelovalo 288 kolesar-

jev, ki so pretežno že kolesarili v občini Tržič. Anketa je nagovarjala slovensko govoreče kolesarje. V nadaljevanju predstavljamo nekaj najpomembnejših ugotovitev, ki so nam pomagale pri pripravi strategije. Podrobno poročilo je v prilogi.

1. 67 % anketirancev prihaja z Gorenjske, iz preostalih regij Slovenije pa 33 %



2. 58 % vprašanih predstavlja turne kolesarje, 14 % cestne kolesarje, 12 % kolesarske popotnike, 10 % gravitacijske kolesarje in 6 % družinske kolesarje. Večina slednjih prihaja z Gorenjske.



3. Med najpogostejšimi razlogi za obisk občine so narava (59 %), bližina doma (54 %), poti za kolesarje (36 %) in lahek dostop (23 %). Kot najmanj pomemben razlog so anketirani navedli dodatno ponudbo (6 %).
4. Največ anketiranih se je odločilo za obisk občine na podlagi priporočila

prijateljev (45 %), temu sledi spletna stran ali forum (11 %). Med preostalimi razlogi so anketirani navedli še obisk Dirt Parka Divjina, dobre enoslednice in povabilo prijatelja.

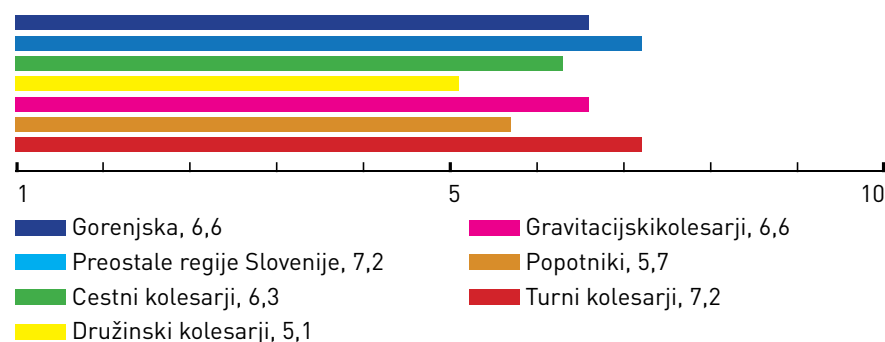
5. 63 % anketiranih je kolesarilo po enoslednicah in gozdnih vlakah, 56 % po makadamskih cestah, 35 % po asfaltnih cestah in 8 % po kolesarskih stezah.
6. 39 % anketiranih je v občini kolesarilo s prijatelji, 35 % samih, 12 % v skupini in 10 % z družino.
7. Povprečno zadovoljstvo s kolesarsko izkušnjo v občini Tržič je 6,7 (na lestvici od 1 do 10).
8. 84 % anketiranih je kolesarski izlet v občini priporočilo prijateljem.
9. Pozitivne značilnosti, ki bi jih anketirani pripisali kolesarski izkušnji v občini Tržič so: v 60 % pestrost poti za kolesarjenje, 59 % panoramski razgledi, 50 % lahko dostopne planine, 49 % dobro razmerje med vzponi in spusti, 42 % lahek dostop in 32 % številne planinske kočice.
10. Negativne značilnosti, ki bi jih anketirani pripisali kolesarski izkušnji v občini Tržič so: v 32 % pomanjkanje specializirane ponudbe za kolesarje, 27 % slaba označenost poti, 19 % pomanjkanje ustreznih poti za kolesarjenje in 12 % malo zemljevidov, GPS sledi in podobno.
11. Med najpomembnejšimi razlikovalnimi prednostmi so anketirani prepoznali: v 53 % lahko dostopne planine, 49 % dobro razmerje med vzponi in spusti in 31 % številne planinske kočice.
12. Kot kolesarsko infrastrukturo in storitve, ki bi jih anketirani radi videli v občini Tržič ob ponovnem obisku, so navedli: v 51 % mrežo enoslednic, 26 % označene ture po makadamskih cestah in 10 % asfaltirane kolesarske steze.

Pomembne ugotovitve iz statistične obdelave podatkov:

1. Narava je najbolj pomembna gravitacijskim in turnim kolesarjem (več kot 60 %), najmanj pa družinskim in cestnim kolesarjem.
2. Priporočilo prijateljev je bilo v več kot 50 % razlog, da so turni in gravitacijski kolesarji prišli kolesariti v občino Tržič. Za gravitacijske kolesarje je bil v 20 % pomemben dogodek v Dirt Parku Divjina.
3. Turni in gravitacijski kolesarji porabijo več časa za kolesarski izlet kot preos-

tali segmenti kolesarjev.

4. Povprečna ocena zadovoljstva (na lestvici od 1 do 10) s kolesarsko izkušnjo v občini Tržič je odvisna od regije, iz katere prihajajo kolesarji in od tipa kolesarja. Tako je povprečna ocena zadovoljstva kolesarjev z Gorenjske 6,6, kolesarjev iz preostalih regij Slovenije pa 7,2. Povprečna ocena zadovoljstva s kolesarsko izkušnjo cestnih kolesarjev je 6,3, družinskih 5,1, gravitacijskih 6,6, popotnikov 5,7 in turnih kolesarjev 7,2.



5. Turni in cestni kolesarji v več kot 90 % načrtujejo nov kolesarski izlet na območju občine.
6. Kolesarji z Gorenjske bi priporočili kolesarski izlet v občini Tržič v 86 %, preostali pa v 69 %.
7. Turni in gravitacijski kolesarji bi priporočili kolesarski izlet v občini Tržič v več kot 80 %; turni kar v 87,5 %.
8. Turni in gravitacijski kolesarji so kot pozitivno značilnost, ki prispeva h kolesarski izkušnji v občini Tržič, v več kot 60 % navedli pestrost poti za kolesarjenje. V več kot 50 % so turni kolesarji izbrali lahek dostop. Kolesarji popotniki in turni kolesarji so v več kot 60 % izbrali panoramske razgleda, več kot 50 % turnih kolesarjev in več kot 40 % cestnih in gravitacijskih kolesarjev pa je izbralo dobro razmerje med vzponi in spusti. Več kot 50 % turnih in gravitacijskih kolesarjev je izbralo lahko dostopne planine.
9. 50 % kolesarjev z Gorenjske in samo 23 % preostalih navaja lahek dostop kot pozitivno značilnost, ki prispeva h kolesarski izkušnji v občini Tržič. 55 % domačinov in 36 % kolesarjev iz drugih regij navaja lahko dostopne planine.

10. 27 % kolesarskih popotnikov kot pomanjkljivost izpostavlja pomanjkanje zemljevidov in GPS sledi. 44 % družinskih kolesarjev pogreša ustrezne poti za kolesarjenje, 43 % gravitacijskih in 36 % turnih kolesarjev pogreša specializirano ponudbo za kolesarje. Več kot 35 % cestnih, družinskih, kolesarskih popotnikov in turnih kolesarjev meni, da so problematične slabo označene poti.
11. Več kot 50 % cestnih in turnih kolesarjev ter 43 % gravitacijskih kolesarjev je kot edinstveno razlikovalno prednost občine Tržič kot kolesarske destinacije prepoznalo dobro razmerje med vzponi in spusti. Več kot 50 % družinskih kolesarjev, kolesarjev popotnikov in turnih kolesarjev kot edinstveno razlikovalno prednost navaja lahko dostopne planine.
12. Več kot 33 % vprašanih kolesarjev z Gorenjske in samo 22 % preostalih vprašanih navaja številčnost planinskih koč kot edinstveno razlikovalno prednost občine Tržič kot kolesarske destinacije.
13. Regija, iz katere prihajajo kolesarji, vpliva na kolesarsko infrastrukturo in storitve, ki si jih želijo v občini Tržič ob naslednjem obisku. 44 % vprašanih kolesarjev z Gorenjske in 63 % kolesarjev iz preostalih regij si želi mrežo enoslednic. 30 % gorenjskih kolesarjev in 15 % preostalih si želi označene ture po makadamskih cestah. 12 % gorenjskih kolesarjev in 6 % preostalih pa si želi asfaltirane kolesarske steze.

6.2 ANALIZA ANKETE MED ČLANI DELOVNE SKUPINE

Na podlagi ankete med člani delovne skupine lahko kolesarje oziroma segmente kolesarjev glede na razvojni potencial razvrstimo po naslednjem vrstnem redu:

1. **TURNI KOLESARJI:** Vsi člani delovne skupine so si bili enotni, da primarno ciljno skupino predstavljajo turni kolesarji. Razlogi za izbiro turnih kolesarjev kot primarne ciljne skupine izhajajo iz dejstva, da potrebna infrastruktura že obstaja, saj je na širšem območju občine zelo razvejana mreža poti in cest različnih tipov (gozdne ceste, vlake, poti-enoslednice) in zahtevnostnih ravni (tako glede na potrebno tehnično znanje kot tudi psihofizično pripravljenost). Omenili so tudi lahek dostop do mreže poti, saj geografska lega in prometna infrastruktura omogočata lahek in hiter dostop tako iz turističnih središč v Sloveniji kot tudi v Avstriji.

Obstoječo mrežo poti bi bilo treba po mnenju vprašanih ustrezno nadgraditi, označiti in tržiti. Pri tem so posebej izpostavili možne povezave s preostalimi regijami in kraji tako na slovenski kot tudi na avstrijski strani Karavank (Kranj, Bled, Jezersko, itd.). Mreže poti potekajo mimo večjih planinskih domov, izmed katerih med sezono štirje obratujejo neprekinjeno ter poleg hrane in pijače nudijo tudi nočitvene kapac-

itete. Na Zelenici je gorniški učni center PZS, ki po mnenju vprašanih nudi možnost za organizacijo gorskokolesarskih taborov in delavnic ter morebiti celo izgradnjo gorskokolesarskega parka. Člani menijo, da turni kolesarji v destinaciji velikokrat najamejo vodnika ali inštruktorja, kar prinese regiji dodatne ekonomske koristi. Potreben kader v občini za to že obstaja.

2. **KOLESARJI POPOTNIKI:** Kljub temu da v občini primanjkuje poti, primernih za kolesarje popotnike, je te na drugo mesto uvrstilo več kot 70 % vprašanih. Obstaja veliko priložnosti za povezovanje s sosednjimi občinami in kraji. Vprašani izpostavijo povezavo vzhod-zahod (Golnik - Križe - Bistrica - Brezje - Begunje) in navezavo sever-jug (Križe - Duplje, Bistrica - Zvirče - Naklo). Ta segment kolesarjev bi poleg naravnih in kulturnih znamenitosti pritegnili tudi s pestro kulinarčno ponudbo na kmečkih turizmih in s prireditvami v občini.

3. **GRAVITACIJSKI KOLESARJI:** Uvrstili so se tik pred družinske kolesarje in to navkljub dejstvu, da trenutno v občini ni legalne infrastrukture za ta tip kolesarjenja. Kljub temu so vprašani v tem segmentu prepoznali velik razvojni potencial, saj je v občini široko razvejana mreža enoslednic – predvsem planinskih poti, ki nudijo srednje zahtevne in zahtevne spuste, izhodišča pa so lahko dostopna z motornimi vozili. Nekateri vprašani poleg tega vidijo potencial za razvoj tega tipa kolesarjenja tudi na območju smučišča Zelenica, kjer bi po njihovem mnenju lahko zgradili kolesarski park. Gravitacijskim kolesarjem je na voljo tudi kolesarski poligon - Dirt park Divjina, ki je eden največjih in najboljših parkov tako v Sloveniji kot v širši regiji in nudi priložnosti za organizacijo prireditev in nadaljnji razvoj.

4. **DRUŽINSKI KOLESARJI:** Po mnenju vprašanih družinski kolesarji prihajajo predvsem iz lokalnega okolja, zaradi česar ti produkti nimajo pravega turističnega potenciala. Kljub temu menijo, da je v občini dovolj cestišč, ki omogočajo predvsem zahtevnejše družinske ture, na primer na območju Udin boršta, Roženvenska pot, Kriškega polja, kolesarske poti pod Storžičem in Dobrčo, navezave na Kranj in Preddvor. Spet drugi izpostavijo, da družinski kolesarji zaradi varnosti otrok potrebujejo vozišče, ločeno od prometnic, kakršnih pa v občini primanjkuje.

5. **CESTNI KOLESARJI:** Več kot 60 % vprašanih jih dojema kot najmanj obetaven segment. Svojo odločitev utemeljujejo z dejstvom, da je v občini premalo njim primernih cest. Po drugi strani pa menijo, da številne panoramske ceste v občini omogočajo navezave (Ljubelj - Jezersko, Bled/Begunje pod Dobrčo, pod Storžičem-Preddvor in drugo). Izpostavljajo, da gre večinoma za lokalne gorenjske obiskovalce, ki se v občini ne ustavljajo in ne ustvarjajo prenočitev. Ker infrastruktura že obstaja, bi bilo po mnenju vprašanih smiselno razvijati tudi ta segment kolesarske ponudbe. Organizirati bi bilo treba prireditve in tekmovanja, ki bi pritegnila cestne kolesarje, in ponuditi njim prilagojene storitve.

6.3. SWOT ANALIZA

Na podlagi analize ankete izvedene med člani delovne skupine in odgovorov iz spletnega vprašalnika je bila oblikovana celovita SWOT analiza občine Tržič kot kolesarske turistične destinacije:

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">• razkošje (število) poti;• lokacija - lahka dostopnost, bližina urbanih središč, letališč, turističnih krajev;• število in urejenost koč ter njihov obratovalni čas;• lahek dostop do planinskih koč;• panoramski razgledi;• ohranjena narava;• ugodna razmerja med spusti in vzponi;• zgoščenost poti;• osrednja pozicija Tržiča kot izhodiščne točke za ture;• možnost razvoja določenega tipa poti.	<ul style="list-style-type: none">• povezava z mestnimi središči z javnim prevozom;• neprepoznavnost destinacijske znamke;• malo nezahtevnih poti;• pomanjkanje oznak, vodnikov;• pomanjkanje specializirane infrastrukture;• problemi z legalizacijo poti za gorske kolesarje;• pomanjkanje prilagojene turistične ponudbe;• slaba povezljivost proti severu.
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none">• razvoj podjetniškega sektorja;• rast trga tako v Sloveniji kot tudi v tujini;• razkošje poti;• rast okoliških konkurenčnih destinacij;• povezovanje s preostalimi regijami;• kolesarji iščejo nove destinacije;• želja po turističnem razvoju• EU sredstva;• povezovanje s preostalimi segmenti turizma (kulinarika, kultura ...).	<ul style="list-style-type: none">• pomanjkanje finančnih sredstev in drugih resursov;• nepodpora lokalne skupnosti;• restriktivna zakonodaja, ki ureja vožnjo v nrvnem okolju;• nepovezanost deležnikov;• razdrobljeno lastništvo zemljišč;• hiter razvoj konkurenčnih destinacij v bližini;• neuresničevanje strategije.



ZAKLJUČEK:

Izsledki ankete, izvedene med slovenskimi kolesarji, se skladajo z ugotovitvami in zaključki, ki so bili oblikovani v okviru delovne skupine. Kolesarji so kot najpomembnejši razlog za kolesarski obisk občine navedli njeno naravo, mrežo poti, panoramske razglede, dobro razmerje med vzponi in spusti ter lahko dostopne planine.

Segment kolesarjev z največjim razvojnim potencialom v občini predstavljajo turni kolesarji, saj je v občini razvejana mreža njim primernih poti, po katerih je vožnja s kolesom dovoljena. Poleg tega je tudi primarna ponudba v občini najprimernejša za segment turnih kolesarjev. Anketa, izvedena med slovenskimi kolesarji, je podobno

kot nekatere tuje raziskave pokazala, da se turni kolesarji v destinaciji (občini) od vseh kolesarjev zadržijo najdlje, posledično pa lahko sklepamo, da tudi potrošijo več od preostalih. Turni kolesarji so s kolesarsko izkušnjo v občini v primerjavi z drugimi segmenti kolesarjev tudi nadpovprečno zadovoljni in so najboljši ambasadurji kolesarskega turizma v občini.

Razvoj turnega kolesarjenja pa poleg pomanjkljivo označenih kolesarskih poti na terenu ovirajo tudi pomanjkanje oblikovanih kolesarskih tur, pomanjkanje podatkov, potrebnih za kakovostno kolesarsko izkušnjo in pomanjkanje kolesarjem prilagojene ponudbe.

6.4 SEGMENTACIJA KOLESARJEV V OBČINI TRŽIČ

6.4.1 SEGMENTACIJA GLEDE NA TIP KOLESARJENJA

Na podlagi segmentacije glede na tip kolesarjenja izvedemo SWOT analizo, kar nam bo pomagalo pri identifikaciji glavnega segmenta:

	KOLESARSKI POPOTNIKI	CESTNI KOLESAR	TURNI KOLESAR	GRAVITACIJSKI GORSKI KOLESAR	DRUŽINSKI KOLESAR
PREDNOSTI	Številne možne navezave na sosednje občine in regije. Bližina uveljavljenih destinacij. Cenovno ugodna ponudba.	Cestne navezave na sosednje občine in regije. Obstoječe trase, ki prečkajo območje občine.	Številne primerne poti. Panoramski razgledi. Lahko dostopne planine. Navezave na sosednje občine in regije. Dobro razmerje med vzponi in spusti. Lahek dostop. Središčno izhodišče. Številne koče in ugoden obratovalni čas. Aktivni lokalni kolesarji oziroma združenja. Turni kolesarji v destinaciji ostanejo dalj časa kot preostali kolesarji.	Številne primerne poti. Reliefna razgibanost. Lahek dostop do izhodišča teh poti. Ugodno razmerje med vzponi in spusti. Dirt Jump poligon Divjina. V destinaciji ostanejo tudi več dni, če je le na voljo dovolj primerne infrastrukture za gravitacijsko kolesarjenje.	Bližina urbanih središč.
SLABOSTI	Prostorska majhnost – kolesarji popotniki so le tranzitni gostje. Slaba povezljivost proti severu. Javni prevoz ni prilagojen prevozu koles. Neprepoznavnost destinacije. Pomanjkanje oznak, vodnikov. Pomanjkanje prilagojene turistične ponudbe.	Prostorska majhnost. Razen Ljubelja ni atraktivnih vzponov, tras. Slaba povezljivost proti severu. Cestni kolesarji so v tranzitu in se med kolesarjenjem navadno ne ustavljajo.	Javni prevoz ni prilagojen prevozu koles. Neprepoznavnost destinacije. Malo nezahtevnih poti. Pomanjkanje oznak, vodnikov. Pomanjkanje specializirane infrastrukture. Pomanjkanje prilagojene turistične ponudbe. Slaba povezava proti severu.	Ni legalnih poti za gravitacijsko kolesarjenje. Ni namensko zgrajenih poti za gravitacijsko kolesarjenje. Konflikti z drugimi uporabniki poti. Ni organiziranega prevoza na izhodišče spustov. Ni žičniške infrastrukture. Pomanjkanje oznak. Pomanjkanje prilagojene turistične ponudbe.	Le malo poti, primernih za družinsko kolesarjenje. Pomanjkanje oznak.
PRILOŽNOSTI	Vzpostavitev navezav na sosednje, bolj obiskane regije. Postati destinacija, kjer kolesarji popotniki prenočijo. Vključevanje v različne čezregionalne trase.	Oblikovanje dodatnih, atraktivnih tras na območju občine. Tržič postaviti za izhodišče cestnih tur. S prilagojeno ponudbo pritegniti cestne kolesarje, da naredijo postanek. Organizacija dogodkov in tekmovanj.	Povezovanje na regionalni in nacionalni ravni. EU sredstva. Povezovanje s preostalimi segmenti turizma (kulinarika, kultura ...). Z uspešnim trženjem povečati prepoznavnost na ciljnih trgih. Organizacija dogodkov in tekmovanj. Vključevanje v različne čezregionalne trase. Oblikovanje mreže krožnih namenskih enoslednic.	Legalizacija vožnje po planinskih in drugih poteh. Vzpostavitev »trail« parka na Zelenici. EU sredstva. Organizacija dogodkov in tekmovanj.	Izgradnja kolesarskih stez in poti, primernih za družinsko kolesarjenje. EU sredstva. Navezava na turistične centre v bližini (Bled, Kranjska Gora).
NEVARNOSTI	Hiter razvoj kolesarske infrastrukture in storitev v sosednjih regijah in krajih. Pomanjkanje podpore lokalne skupnosti in deležnikov pri oblikovanju kolesarjem prilagojene ponudbe.	Več bolj primernih izhodišč za cestno kolesarske ture v neposredni bližini.	Pomanjkanje finančnih sredstev in drugih resursov. Pomanjkanje podpore lokalne skupnosti. Trenutna zakonodaja. Nepovezanost deležnikov. Lastništvo. Hiter razvoj konkurenčnih destinacij v bližini. Neuresničevanje strategije.	Hiter razvoj infrastrukture za gravitacijsko kolesarjenje na avstrijskem Koroškem. Pomanjkanje finančnih sredstev za izgradnjo potrebne infrastrukture.	Bližina destinacij z večjim številom dobro urejenih poti za družinsko kolesarjenje. Pomanjkanje finančnih sredstev in drugih resursov.

ZAKLJUČEK:

V sklopu SWOT analize smo kot segment kolesarjenja, ki ima v občini Tržič največji potencial, prepoznali TURNO KOLESARJENJE oziroma TURNE KOLESARJE.

Tem lahko občina ponudi številne primerne poti, ki imajo v primerjavi s konkurenti na regionalni ravni edinstvene razlikovalne prednosti, hkrati pa zaradi svoje lege omogoča sodelovanje in navezave z njimi. Zaradi cenovne ugodnosti, stičišča različnih regij in bližine uveljavljenih destinacij lahko ob razvoju infrastrukture in storitev, prilagojenih potrebam turnih kolesarjev, občina postane izhodišče oziroma bazni tabor za tuje kolesarje, hkrati pa tudi najpomembnejša turno kolesarska destinacija na Gorenjskem za poldnevne in celodnevne izlete. Pri tem je pomembno, da se občina vključuje v različne turno kolesarske transverzale.

TURNI KOLESARJI v destinaciji z obsežno in primerno razvito infrastrukturo in storitvami ostanejo dalj časa kot preostali kolesarji in so za razvoj turizma tudi najbolj primerni. Seveda je poleg infrastrukture in storitev treba povečati tudi prepoznavnost in oblikovati močno blagovno znamko na ciljnih trgih, pri tem ima pomembno vlogo organizacija različnih prireditev in tekmovanj. Vožnja po enoslednicah zaradi obstoječe zakonodaje ni dovoljena, je pa med turnimi kolesarji zelo zaželena, bi bilo smiselno, da se poleg zavzemanja za legalizacijo izbranih poti na območju občine dolgoročno vzpostavi mreža krožnih namenskih enoslednic. Glavno nevarnost poleg pomanjkanja finančnih sredstev predstavlja pomanjkanje politične volje in podpore lokalne skupnosti, v kateri se lahko občina zanaša predvsem na podporo strastnih lokalnih turnih kolesarjev.

CESTNI KOLESARJI občino že sedaj redno prečkajo, vendar pa se med kolesarjenjem redko ustavijo. Zaradi majhnosti občina na svojem ozemlju ne more ponuditi zaključenih cestnih kolesarskih tras in ne ponuja veliko primernih in atraktivnih cestišč. Ker pa je z obstoječimi trasami dobro povezana s sosednjimi občinami in ker je lahko dostopna, lahko ob razvoju cestnim kolesarjem prijaznih storitev postane izhodiščna točka za cestno kolesarske ture na Gorenjskem. Ob tem se je sicer treba zavedati, da je v bližini več destinacij, ki so za takšno izhodišče bolj primerne.

KOLESARJI POPOTNIKI občino Tržič navadno le prečijo na poti do bolj uveljavljenih destinacij, na katerih tudi prenočijo. Bližina teh destinacij in cenovno ugodna ponudba pa občini omogočata, da te kolesarje zadrži prek noči. Pri tem je pomembno, da občina izbrane poti vključi v različne čezregionalne trase in da poveča svojo prepoznavnost.

GRAVITACIJSKIM KOLESARJEM bi lahko občina ponudila številne naravne poti, katerih izhodišča so dostopna tudi z motornimi vozili. Vendar zaradi trenutno veljavne zakonodaje tovrstna vožnja ni legalna, kar preprečuje razvoj turizma. Do spremem-

be zakonodaje se lahko občina v tem segmentu osredotoči na pridobivanje soglasij, potrebnih za legalizacijo na nekaterih planinskih poteh, na kolesarski poligon Divji-na in na razvoj mreže enoslednic za spust na smučišču na Zelenici. Ponovno pa se je treba zavedati, da je v neposredni bližini občine več destinacij z razvito žičniško infrastrukturo in kolesarskimi produkti za to ciljno skupino.

DRUŽINSKI KOLESARJI potrebujejo utrjene vozne površine, ki so ločene od prometa (oziroma na območjih umirjanja prometa) in ne zahtevajo dobre fizične pripravljenosti in kolesarskih spretnosti. Takšne infrastrukture na območju občine skorajda ni. Izgradnja bi bila izjemno draga, pri čemer v neposredni bližini že obstajajo destinacije z razvito infrastrukturo. Občina lahko tako svojo ponudbo v tem segmentu gradi predvsem v navezavah na sosednje občine, ki potrebno infrastrukturo že imajo, oziroma na oblikovanju nekaj primernih tras, pogojno primernih za družinsko kolesarjenje, ki bi jih ponudili družinam, katerih primarni cilj obiska Tržiča ni kolesarjenje.

6.4.2 SEGMENTACIJA GLEDE NA TRG PRIHODA

Glede na prostorsko poreklo obiskovalce delimo na pet glavnih segmentov:

- LOKALNI KOLESARJI, ki prihajajo iz občine Tržič in njene neposredne okolice.
- REGIONALNI KOLESARJI, ki prihajajo z Gorenjske.
- NACIONALNI KOLESARJI, ki prihajajo iz preostalih slovenskih regij.
- KOLESARJI IZ SOSEDNIH DRŽAV: Avstrije, Italije, Hrvaške in Madžarske,

pa tudi Nemčije, ki smo jo dodali zaradi lahke dostopnosti in dejstva, da je Nemčija ena izmed kolesarskih velesil, poleg tega pa Slovenija že tradicionalno gravitira na nemško govoreče okolje.

- Kolesarji iz preostalih EVROPSKIH DRŽAV.

Na podlagi zgornje segmentacije izvedemo SWOT analizo, kar nam bo pomagalo pri izbiri glavnega segmenta.

	KOLESARSKI POPOTNIKI	CESTNI KOLESAR	TURNI KOLESAR	GRAVITACIJSKI GORSKI KOLESAR	DRUŽINSKI KOLESAR
PREDNOSTI	Bližina.	Lahek dostop, lahko dostopne planine. Število in raznolikost poti. Navsezadnje na sosednje občine in urbana središča.	Lahek dostop. Laško dostopne planine. Število in raznolikost poti. Kljub bližini nepoznavanje terena.	Cenovna ugodnost. Dobre regionalne in meddržavne povezave. Neposredna bližina uveljavljenih destinacij.	Bližina letališča. Bližina avtocestnega križa. Mejni prehod Ljubelj.
SLABOSTI	Ponudbo koristijo manj kot gostje iz ostalih krajev.	Na Gorenjskem je v neposredni bližini več destinacij, primernih za različne tipe kolesarjenja.	Neprepoznavnost.	Neprepoznavnost, prostorska majhnost.	Neprepoznavnost, prostorska majhnost.
PRILOŽNOSTI	Lokalni kolesarji lahko postanejo ambasadorji .	Povezovanje s sosednjimi destinacijami in oblikovanje regionalne kolesarske destinacije.	Z razvojem infrastrukture, storitev in trženjem postati najpomembnejša turno kolesarska destinacija na Gorenjskem.	Z razvojem infrastrukture, storitev in trženjem ter vključevanjem v čezregionalne transverzale postati bazni tabor za večdnevno kolesarjenje na Gorenjskem. Povezovanje z avstrijsko Koroško.	Z razvojem infrastrukture, storitev in trženjem postati ena izmed destinacij pri večdnevnom kolesarjenju po Gorenjskem .
NEVARNOSTI	Brez sodelovanja lokalnih kolesarjev se bo kolesarski turizem zelo težko razvijal.	Hiter razvoj kolesarskega turizma v sosednjih destinacijah.	Hiter razvoj kolesarskega turizma v sosednjih regijah.	Hiter razvoj kolesarskega turizma v sosednjih destinacijah in regijah. Bližina bolj uveljavljenih destinacij.	Bližina bolj uveljavljenih destinacij.

ZAKLJUČEK:

Pričakujemo, da bo večina kolesarjev, ki bo obiskala občino Tržič, sprva prihajala iz lokalnega okolja, z Gorenjske in iz preostalih slovenskih regij. Obiskovalcev iz sosednjih držav in Nemčije bo manj, kolesarjev iz preostalih evropskih držav pa zanemarljivo malo. Manjše število tujih kolesarjev je pričakovati zaradi relativne majhnosti Tržiča, posledično pa destinacija nudi premalo, da bi bila samostojno dovolj privlačen primarni potovalni cilj za tuje kolesarje. Poleg tega občina ni prepoznana na tujih trgih, na katerih vlada močna konkurenca večjih in že uveljavljenih kolesarskih destinacij.

Občina Tržič je kratkoročno za tuje kolesarje zanimiva predvsem kot tranzitna destinacija. Z nadaljnjim razvojem kolesarskih turističnih produktov ima občina priložnost, da postane eden izmed ciljev regionalnega potovanja tujih kolesarjev in izhodišče za kolesarjenje po Gorenjski. Pri tem je poleg organizacije edinstvenih in odmevnih mednarodnih prireditev pomembno tudi regionalno sodelovanje s preostalimi destinacijami in vključevanje destinacije v različne regionalne, medregionalne in meddržavne kolesarske trase.



7. RAZVOJ KOLESARSKE TURISTIČNE DESTINACIJE TRŽIČ

7.1 KOLESARSKA TURISTIČNA DESTINACIJA TRŽIČ IN POVEZOVANJE

Območje občine Tržič je reliefno zelo pestro in prepleteno z množico različnih cest in poti ter hkrati prostorsko omejeno, zato so za oblikovanje celovitih kolesarskih produktov, primernih ne samo za izletnike, temveč tudi za večdnevne obiskovalce, ki bi jim območje občine lahko predstavljajo izhodišče za kolesarjenje po širši regiji, potrebne navezave na sosednje občine in regije.

Obseg kolesarske turistične ponudbe je omejen, prav tako možnosti za pozicioniranje na mednarodnih tržiščih. Tudi zaradi tega je povezovanje in navezovanje ključno za uspešen razvoj. Vsaka od potencialnih povezav pa ima prednosti in slabosti.

V nadaljevanju predstavljamo vsaj delno razvite oziroma večje turistične destinacije, na katere bi se lahko občina kot mikro destinacija v prihodnje navezovala. Povezovanje je mogoče tudi z več destinacijami hkrati, saj kolesarski turistični produkt ne pozna geografskih meja. V sklopu delovne skupine smo opredelili destinacije ter identificirali prednosti in nevarnosti povezovanja:

Gorenjska - Slovenske Alpe:

- Razvita turistična središča: Bled, Bohinj, Kranjska Gora;
- geografska, zgodovinska in institucionalna povezanost;
- bližina urbanih središč, lahek dostop ...;
- razvita kolesarska infrastruktura, ki že povezuje mikro destinacije;
- velika stopnja konkurence in težje pozicioniranje med že uveljavljenimi turističnimi središči.

Alpe-Adria:

- Destinacija v razvoju, kar omogoča lažje povezovanje;
- povezovanje z uveljavljenimi središči: avstrijska Koroška, dolina Soče;
- močna in že prepoznavna znamka tudi na področjih izven turizma;
- možnosti širjenja destinacije tudi na občino Tržič;

- še nerazvita skupna politika in formalna struktura;
- velik obseg destinacije zmanjšuje vidnost majhnih destinacij.

Julijske Alpe:

- Močno razvita turistična destinacija, ki pa v več kot 20 letih delovanja ni oblikovala mednarodne prepoznavnosti;
- gre za neformalno turistično povezovanje, ki nima jasne organizacijske strukture;
- vprašanje smiselnosti in možnosti vključevanja;
- močna vloga TNP, ki je geografsko omejen in ne sega do Tržiča.

Koroška:

- Najbolj razvita kolesarska turistična destinacija;
- težja povezljivost tudi zaradi reliefnih ovir (Ljubelj);
- veliko zaledje kolesarskih gostov (Avstrija);
- zgodovinska povezanost;
- nevarnost pozicioniranja na podobnih identitetnih elementih.

Karavanke:

- Občina Tržič se je že vključevala v skupne projekte na tem območju;
- možnost večjega vpliva, saj Karavanke povezujejo manjše turistične destinacije;
- organizacijska struktura ni definirana;
- še popolnoma neprepoznana destinacija na tujih trgih.

7.2 ORGANIZACIJSKI MODEL V NASTAJANJU

Občina Tržič ima zaradi prostorske majhnosti in razpoložljivih sredstev omejene možnosti za razvoj kolesarskega turizma, zato je ključno, da se povezuje na regionalni ravni, kjer lahko zasede vodilno vlogo. Če želi postati vodilna kolesarska destinacija na Gorenjskem, ni dovolj, da samo izboljša ponudbo v tem segmentu, temveč se mora aktivno vključevati in koordinirati razvoj kolesarskega turizma v regiji.

7.2.1 TRENUTNO STANJE

Za razvoj turizma in s tem tudi kolesarskega turizma skrbi Turistično promocijski in informacijski center (TPIC). Kot pove že ime, je naloga centra predvsem promocija že obstoječe turistične ponudbe, organizacija dogodkov in obveščanje javnosti o dogajanju v občini Tržič, ne pa tudi razvoj novih produktov, kot je kolesarjenje. Na območju občine Tržič delujeta dve pomembni društvi, ki sooblikujeta kolesarski turistični produkt v nastajanju. To sta Turno kolesarski odsek (v nadaljevanju TKO) Tržič, ki deluje v sklopu Planinskega društva Tržič in skrbi predvsem za urejanje turno kolesarskih poti, in Red Shovel Team, ki je zgradil Dirt Park Divjina in ga tudi s pomočjo mednarodno prepoznavnega dogodka pozicioniral v širši regiji. Občina Tržič je k razvoju kolesarskega turizma pristopila strateško in v ta namen oblikovala operativno delovno skupino, katere člani so tudi lokalni kolesarji.

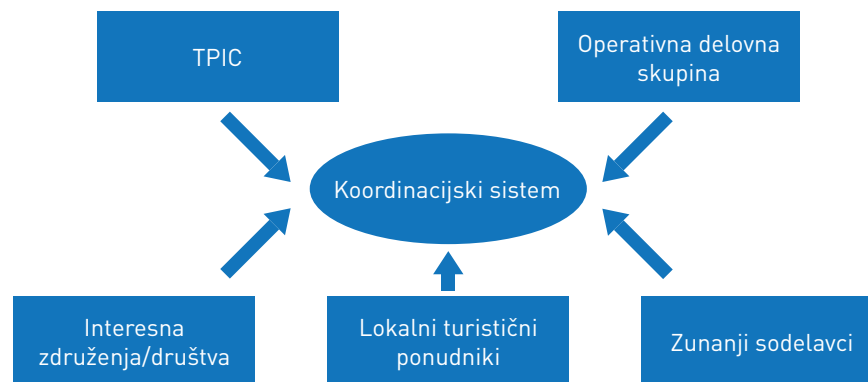
7.2.2. MODEL ORGANIZIRANOSTI

Kolesarski turizem v očeh gosta zahteva produktno organiziranost. Za razvoj kakovostnih kolesarskih turističnih produktov je treba vzpostaviti primerno organizacijsko strukturo na območju občine in regije.

V začetku leta 2016 bi bilo treba vzpostaviti sistem koordinacije za razvoj kolesarskega turizma, kar bi pospešilo razvoj tega produkta ter spodbudilo sodelovanje in samostojno promocijo kolesarskih produktov pri lokalnih ponudnikih. Koordinacijski sistem bi povezoval naslednje deležnike: TPIC, operativno delovno skupino, lokalne kolesarje, lokalne turistične ponudnike ter zunanje strokovnjake in izvajalce.

Organiziranost od spodaj navzgor (bottom-up model) združuje interese in potrebe lokalne skupnosti, skrbi za izobraževanje turističnih ponudnikov, skrbi za ustrezno infrastrukturo in dolgoročno vzpostavlja učinkovit model organiziranosti na terenu.

S povezovanjem z večjimi destinacijami pa bi vzpostavili model od zgoraj navzdol (top-down model), s čimer bi zagotovili centralno koordinacijo razvoja kolesarskega produkta v regiji. Občina Tržič bi sodelovala v procesih odločanja in oblikovanja razvojne politike v regiji, sooblikovala integralni turistični produkt kolesarjenja in bila udeležena v skupnih promocijskih aktivnostih.



Predvideni viri financiranja sistema koordinacije:

- občinski proračun;
- evropski, nacionalni, regionalni in lokalni projekti;
- dolgoročno tudi članarina turističnih ponudnikov v občini.

Primarne naloge sistema koordinacije:

- urejanje kolesarske infrastrukture in sodelovanje pri legalizaciji kolesarskih poti;
- priprava predloga vzdrževanja in urejanja poti v občini;
- trženje kolesarskih produktov (v sodelovanju z deležniki);
- koordinacija regijske delovne skupine;
- vzpostavitev in upravljanje glavnih komunikacijskih kanalov (spletna stran, socialna omrežja, e-novice ...);
- koordinacija trženja in razvoja kolesarskega turizma v regiji;
- oblikovanje dolgoročnih in kratkoročnih ciljev razvoja kolesarskega turizma v občini.



Preostale možne aktivnosti koordinacijske skupine:

- Organizacija regionalne konference, na katero bodo poleg regionalne delovne skupine povabljeni tudi širša zainteresirana javnost in zunanji strokovnjaki, z namenom dviga priljubljenosti kolesarskega turizma, prenosa znanj in oblikovanja kakovostnejše ponudbe.
- Koordinacija kolesarskih dogodkov v regiji z namenom poenotenja in povečanja učinkovitosti komunikacije in trženjskih aktivnostih ter oblikovanja zelene podobe pri ciljnih skupinah.
- Oblikovanje in organizacija regionalne serije kolesarskih tekmovanj, na katerih bodo kolesarji dodobra spoznali kolesarsko infrastrukturo, značilnosti in posebnosti območij znotraj regije, obenem se bo povečevala tudi moč regijske destinacijske znamke.

=====

ZAKLJUČEK:

Občina Tržič je za razvoj celovitih kolesarskih turističnih produktov sama preamajhna; saj predstavlja mikro destinacijo znotraj večjih turističnih destinacij, zato se mora nujno povezovati in navezovati. V bližnji okolici občine danes že deluje več prepoznavnih destinacij, na katere se občina lahko naveže z različnimi kolesarskimi produkti. Identificirane so bile prednosti in slabosti povezovanja s ključnimi destinacijami, ki jih je treba upoštevati.

Za razvoj uspešnega kolesarskega produkta je nujno vzpostaviti dobro sodelovanje lokalnih deležnikov, za kar je treba oblikovati dober sistem koordinacije, ki bo na lokalni ravni povezal vse pomembne akterje, kot so TPIC, operativna delovna skupina, že vzpostavljene interesne skupine na kolesarskem področju in turistične ponudnike. Sistem koordinacije bo predstavljal »bottom up« model, ki bo deloval na občinski ravni ter se povezoval s sosednjimi destinacijami in sooblikoval »top down« model na regionalni ravni. Ker je kolesarski produkt na občinski ravni v razvojni fazi, bi morala občina Tržič predvsem na začetku zagotoviti sistemsko financiranje razvoja.

=====



8. ZAKONODAJA, OZNAČEVANJE IN INFRASTRUKTURA

8.1. ZAKONODAJA

Na podlagi osmega odstavka 9. člena Zakona o cestah naj bi leta 2015 v veljavo stopil nov Pravilnik o prometni signalizaciji in prometni opremi na javnih cestah (v nadaljevanju pravilnik), ki je trenutno še v javni obravnavi. Pravilnik uvaja nove kažiopotne table za kolesarje v rdeči barvi, ki naj bi omogočale kakovostnejše označevanje kolesarskih poti na terenu. Dokument, ki vključuje označevanje kolesarskih poti, obsega tudi Navodila za projektiranje kolesarskih poti (DRSC, 2012). Ta poleg označevanja in tehničnih elementov opredeli kategorije, vrste in definicije kolesarskih poti. Pred označevanjem na terenu bi bilo smiselno počakati na nov pravilnik, poleg tega pa bi bilo treba določiti sistem označevanja po vseh ostalih cestah in poteh (ki jih pravilnik ne bo zajel) na regionalni ravni.

Pri označevanju kolesarskih povezav govorimo o več ravneh označevanja; označitev v elektronski obliki, na tiskanem zemljevidu in na terenu. Pri označevanju v občini prepoznamo:

- poti, primerne za kolesarjenje, niso označene (z eno izjemo);
- ni organiziranega evidentiranja kolesarskih povezav na občinski ravni;
- oblikovanje kolesarskih povezav brez jasno definirane ciljne skupine kolesarjev;
- pomanjkanje kategorizacije oziroma sistematizacije različnih kolesarskih povezav v občini.

Označevanje v elektronski obliki obstaja na občinski spletni strani www.visit-trzic.com, kjer pa sta opisani samo dve kolesarski trasi. Najdemo ga tudi na nekaterih specializiranih kolesarskih forumih, na katerih uporabniki delijo GPS sledi tras v občini Trzič. Sistematičnega evidentiranja kolesarskih poti v občini Trzič in zbiranja GPS sledi na enem mestu še ni.

Natisnjenih je bilo tudi nekaj kolesarskih kart in vodnikov (Gorenjska, Kartografija založništvo in trgovina d.o.o., itd.), v katere so v okrnjenem številu vključene kolesarske poti v občini Trzič, a te še zdaleč ne zagotovijo celovitega vpogleda v priložnosti za kolesarjenje v občini.

8.1.1. GORSKO KOLESARJENJE

Zaradi neurejene zakonodaje na področju gorskega kolesarjenja je tudi označevanje gorskokolesarskih poti na terenu neurejeno, stanje pa se zelo verjetno še nekaj časa ne bo spremenilo. Kljub temu so v nekaterih destinacijah (na primer v dolini Soče, na Koroškem, itd.) gorskokolesarske poti evidentirali in označili z GPS sledmi ter izdelali podrobne tiskane vodnike. Zaradi omejenih sredstev podoben pristop predlagamo tudi občini Trzič. Na terenu bi bilo treba označiti glavne kolesarske poti, navedene v spodnjem poglavju "Infrastruktura", preostale poti pa do zagotovitve potrebnih sredstev označiti z GPS sledmi in vodniki.

Navajamo nekaj smernic, ki jih bi bilo treba upoštevati ali o njih vsaj razmisliti:

- predlog komisije Planinske zveze Slovenije (v nadaljevanju PZS): opozorilna tabla na začetku in na koncu, sledi na internetu, enotne markacije;
- sodelovanje Zavoda za gozdove Slovenije (v nadaljevanju ZGS): C1, B1-obvestilo;
- lokalna skupnost: mnenje k projektu;
- soglasje lastnikov: večji kompleksi, opuščene javne poti;
- soglasje dosedanjih upravljavcev obstoječih poti (planinska društva, turistična društva ...).

OZNAČEVANJE

Ker na Gorenjskem in tudi v občini Trzič sistem označevanja kolesarskih poti še ni vzpostavljen (razen označitve ene trase), bi ga bilo smiselno poenotiti z regijami in občinami, ki so to že uspešno uredile (Koroška). Obenem bi bilo treba sistem uskladiti s pravili in predpisi, ki veljajo na državni ravni (že omenjeni pravilnik v sprejemanju).

V sklopu strategije smo identificirali 42 tras za različne tipe kolesarjenja, vendar je pred označevanjem potrebno pridobiti podrobne GPS sledi, jih ustrezno klasificirati in določiti prioritete ter vrsto označevanja posameznih tras. Zato je najprej potrebno oblikovati sam sistem za klasifikacijo tras oziroma za določitev težavnosti kolesarskih

poti. Poleg tega je potrebno počakati tudi na presojo sprejemljivosti Zavoda Republike Slovenije za varstvo narave, OE Kranj (še posebej glede dela trase G.2.4) in preučiti vse ostale pravne vidike ter poskrbeti za zavarovanje odgovornosti.

8.2. INFRASTRUKTURA

Na podlagi zasnove državnega omrežja, geografskih značilnosti občine Tržič, izsledkov delavnic, mnenja operativne delovne skupine in rezultatov ankete o kolesarski izkušnji smo kot najbolj perspektiven kolesarski turistični produkt v občini definirali turno kolesarjenje. Posledično smo kot osrednje trase, ki bodo nosilni element kolesarskega turizma v občini Tržič, definirali glavne turno kolesarske prometnice. Te trase dolgoročno predstavljajo tudi glavne prometnice za preostale tipe kolesarjenja. Opredelili smo pet tras, na katere se navezujejo kolesarski krogi. Tisti kolesarski krog, ki je naveden prvi (oziroma v nekaterih primerih drugi), je po naši oceni najpomembnejši in bi moral imeti prednostno nalogo pri urejanju. Dolgoročno pa bo treba upoštevati tudi hiter razvoj koles s pomožnim električnim pogonom, ki bodo kolesarjem omogočala večji doseg. Sčasoma bo za te kolesarje treba oblikovati prilagojene ture in zanje urediti spremljevalno infrastrukturo, kot so denimo polnilnice.

8.2.1. GLAVNE KOLESARSKÉ TRASE

Trasa 1 – Duplje: Tržič – Križe – Duplje – Strahinj

Navezave:

- G1.1.: Strahinj - čez Udin boršt (iz Strahinja, Žiganje vasi, Sebenj) – Tenetiše – Letence – Sebenj
- G1.2.: Strahinj – Kriva jelka – Žiganja vas
- G1.3.: Strahinj - Podbrezje – Kovor
- G1.4.: Strahinj - Kokrica – Golnik
- G1.5.: Križe – Poljana – Gozd – Zalog – Goriče – Tenetiše – Udin boršt – Kriva jelka – Žiganja vas - Križe

Trasa 2 – Medvodje: Tržič - Dovžanova soteska - Dolina - Jelendol - Medvodje

Navezave:

- G2.1.: Tržič - Medvodje – Košutnik – Pungrat – Šija – Kofce

- G2.2.: Medvodje – Vetrh – Pavšel – Lom – Tržič
- G2.3.: Medvodje – Košutnik – Dolga njiva – Košutnik – Medvodje
- G2.4.: Medvodje – Bukov hrib – Pečovnik – Jezersko
- G2.5.: Jelendol – Dovžanka – Ravni – Kofce

Trasa 3 – dolina Lom: Tržič – Lom – Slaparska vas

Navezave:

- G3.1.: Pavšel – Gabrčev Rovt – Javornik – Javorniški preval – Dom pod Storžičem
- G3.2.: Lom - Pavšel – Konjščica – Vetrh – Bukov hrib – Medvodje
- G3.3.: Dom pod Storžičem – nazaj
- G3.4.: Dom pod Storžičem - Planina Mala Poljana - Planina Velika Poljana - Trstenik - Goriče - Golnik - Senično - Križe – Tržič
- G3.5.: Brinje - Tič – Vetrh – Medvodje

Trasa 4 – Ljubelj: Tržič – Podljubelj – Ljubelj – Stari Ljubelj

Navezave:

- G4.1.: Ljubelj – Zelenica – Smokuška planina - Pri Žagi - Kališča – (Smokuški vrh) – Sv. Peter Begunje ali Smokuč – Hudi graben - Tržič
- G4.2.: Podljubelj – Planina Prevala – Planina Planinca – Poljška planina – Sv. Peter ali Smokuč – Begunje – Hudi graben – Tržič (okolje Dobrče)
- G4.3.: Podljubelj – Planina Prevala – Planina Planinca – Poljška planina – Tolsti vrh – dolina Završnice – pri Žagi - Smokuška planina – Zelenica – Ljubelj (okolje Begunjščice)
- G4.4.: Podljubelj – Matizovec
- G4.5.: Stari Ljubelj – Sele - Zvrhnji kot – Bajdiše – Borovlje
- G4.6.: Podljubelj – Kramarjeva guba – Meserjovec – Bistriška planina

Trasa 5 – Begunje: Tržič – Brezje pri Tržiču – Hudi graben – Begunje

Navezave:

- G5.1.: Zadnja vas - Dobrča – Lešanska planina – Bistriška planina – Brezje – Tržič
- G5.2.: Brezje – Bistriška planina – Brezje - Podljubelj – Planince/Ravne
- G5.3.: Brezje – Bistriška planina – Poldetova klopca – nazaj
- G5.4.: Brezje - Popovo - Vadiče - Peračica - čez Strašnik - smer Hudo - smer Brdo - skozi Podbreško - Zvirče - Bistrica pri Tržiču (Rožnenska)

Poleg glavnih tras z navezavami smo identificirali tudi naslednje epske turnokolesarske ture:

- E1 - Okrog Dobrče: Tržič - Rove - Hrušica - Peračica - Dvorska vas - Begunje - Draga - Planina Planinca - Planina Preval - Podljubelj – Tržič
- E2 - Okrog Begunjščice: Podljubelj - Planina Preval - Planina Planinca - Poljška planina - Tolsti vrh - dolina Završnice - pri Žagi - Smokuška planina - Zelenica – Podljubelj
- E3 - Pod Košuto: Tržič - Dolžanova soteska - Jelendol - Medvodje - Košutnik - Planina Dolga njiva - Košutnik - Planina Pungrat - Planina Šija - Planina Kofce - Ravni - Matizovec – Tržič
 - Varianta E3.1.: po poti Dolga njiva – Pungrat
 - Varianta E3.2.: spust po cesti skozi Jelendol - Kal – Podljubelj
- E4 - Okrog Kriške gore: Tržič - Lom - Dom pod Storžičem - Planina Mala Poljana - Planina Velika Poljana - Trstenik - Goriče - Golnik - Senično - Križe – Tržič
 - Varianta E4.1. čez Udin boršt: Golnik - Novake - Sebenje - Križe – Tržič
- E5 - Preval – Begunje: Tržič - Podljubelj - Planina Preval - Planina Planinca - Poljška planina - Tolsti vrh - Smokuški vrh - Smokuč - Sv. Peter - Begunje - Brezje pri Tržiču – Tržič
- E6 - Tržič – Jezersko: Tržič - Dolžanova soteska - Jelendol - Medvodje - Bukov

hrib - proti Pečovniku - stara karavla - Sp. Jezersko - po cesti Preddvor - Bašelj - Golnik – Tržič

- E7.1. - Štiri kočje v štirih dneh: 1) Tržič - Dom pod Storžičem - Lom - Pavšel - Vetrh - Medvodje - Košutnik - Šija - Kofce, 2) Kofce - Ravni - Jelendol - Dolžanova soteska - Dolina - Tržič - Brezje - Bistriška planina - Lešanska planina - Dobrča, 3) Dobrča - Zadnja vas - Begunje - Draga - Planinca - Poljška - Završnica - Zelenica, 4) Zelenica - Ljubelj - Podljubelj - Kramarjeva guba - Bistriška planina - Ravni - Tržič
- E7.2. - Štiri kočje v štirih dneh: 1) Tržič – Bistriška planina – Dobrča, 2) Dobrča – Zadnja vas – Begunje – Draga – Planinca – Poljška planina – Završnica – Zelenica, 3) Zelenica – Ljubelj – Podljubelj – Tržič – Jelendol – Ravni – Kofce, 4) Kofce – Šija – Medvodje – Bukov hrib – Vetrh – Javornik – Javorniški preval – Dom pod Storžičem - Tržič

8.2.2. POVEZAVE/POTI/TURE ZA OSTALE ZVRSTI KOLESARJENJA

Za razvoj ostalih zvrsti kolesarjenja smo v občini Tržič identificirali naslednje trase:

Zahtevne cestne kolesarske ture (cestni kolesarji):

- C1: Tržič – Brezje pri Tržiču – Begunje – Slovenski Javornik – Kočna – Sp. Gorje – Bled – Lesce – Radovljica – Lancovo – Kamna Gorica – Podnart – Naklo – Golnik – Križe – Tržič
- C2: Tržič - Begunje – Zgoša – Črnivec – Dobro Polje – Posavec – Podbrezje – Strahinj – Duplje – Križe – Tržič
- C3: Tržič - Begunje – Mošnje – Globoko – Mišače – Otoče – Podnart – Podbrezje – Tržič
- C4: Tržič - Begunje – Lesce – Radovljica – Lancovo – Kamna Gorica – Kropa – Jamnik – Podblica – Zg. Besnica – Kranj – Naklo – Tržič
- C5: Tržič – Golnik – Goriče – Trstenik – Bašelj – Preddvor – Hotemaže – Predoslje – Kokrica – Naklo – Duplje – Tržič
- C6: Tržič – Ljubelj – Borovlje – Železna Kapla – Jezersko – Preddvor – Tržič
- C7: Tržič – Begunje – Jesenice – Kranjska Gora – Korensko sedlo – Finkenstein – Feistritz – Ferlach – Ljubelj – Tržič

Srednje zahtevne cestne kolesarske ture (cestni in trekning kolesarji):

- C8: Tržič – Bistrica – Hudi graben – Begunje – Dvorska vas – Spodnji Otok – Dobro polje – Posavec – Podtabor – Zvirče – Tržič
- C9: Tržič – Kovor – Brdo – Ljubno – Posavec – Zvirče – Tržič

Lahke – družinske kolesarske ture:

- C10: Tržič – Bistrica pri Tržiču – Kovor – Podbrezje – Bistrica – Strahinj – Duplje – Žiganja vas – Križe – Tržič
- C11: Tržič – Bistrica – Kovor – Retnje – Sebenje – Križe – Pristava – Tržič
- C12: Tržič – Jelendol – Medvodje – Jelendol – Tržič
- C13: Križe – Duplje – Strahinj – (Udin boršt) – Kriva jelka – Žiganja vas – Sebenje – Križe

8.2.3. IZGRADNJA NAMENSKE INFRASTRUKTURE

Predlagamo, da se izgradnja oziroma legalizacija enoslednic osredotoči na tako imenovane hitre zmage, tj. realistične in hitro uresničljive projekte in lokacije, na katerih je primerno urejeno lastništvo in naravovarstveni pogoji. Ena izmed možnosti je denimo legalizacija "graničarske poti" na Zelenici. V prvi fazi naj se izgradnja enoslednic tako usmeri na preново obstoječih enoslednic, ki bodo zagotovile dobro kolesarsko izkušnjo.

Enoslednice, ki bi jih bilo (dolgoročno) smiselno legalizirati:

- S1: Bistriška planina – Ravne
- S2: Kofce – Kal – Pirmance – Tržič
- S3: Dobrča – po robu – Brezje pri Tržiču
- S4: Zelenica – graničarska
- S5: Javornik – Dom pod Storžičem
- S6: Gozd – Pristava

Izgradnja gorskokolesarske infrastrukture naj se osredotoči na izgradnjo namenskih enoslednic, umeščenih v edinstveno okolje, na katerem temelji identiteta znamke in v neposredno bližino obstoječe lokalne ponudbe in znamenitosti.

Namenske enoslednice naj bodo oblikovane v krožne trase z enotnim izhodiščem, dolžina kroga pa naj ne bo krajša od 10 km. Zasnova in izgradnja morata temeljiti na trajnostnih načelih, poskrbeti pa bo treba tudi za načrtovano in kakovostno vzdrževanje poti. Namesto na množico slabo zasnovanih, zgrajenih in vzdrževanih

poti naj se občina usmeri na razvoj manjšega števila krajših poti, ki jih je sposobna urediti in vzdrževati in na njih zagotavljati kakovostno kolesarsko izkušnjo.

8.2.4. VZDRŽEVANJE KOLESARSKE INFRASTRUKTURE

Le dobro vzdrževane kolesarske poti bodo izpolnile pričakovanja kolesarjev in jim zagotovile dobro kolesarsko izkušnjo. Ker vzdrževanje zahteva sredstva in vire, ga je treba načrtovati dolgoročno. Predlagamo naslednje aktivnosti:

- oblikovanje načrta vzdrževalnih del;
- vzpostavitev skrbništva poti in določitev odgovornih oseb/organizacij;
- izobraževanje in usposabljanje prostovoljcev ali ostalih skrbnikov;
- nadzor izvajanja vzdrževalnih del.

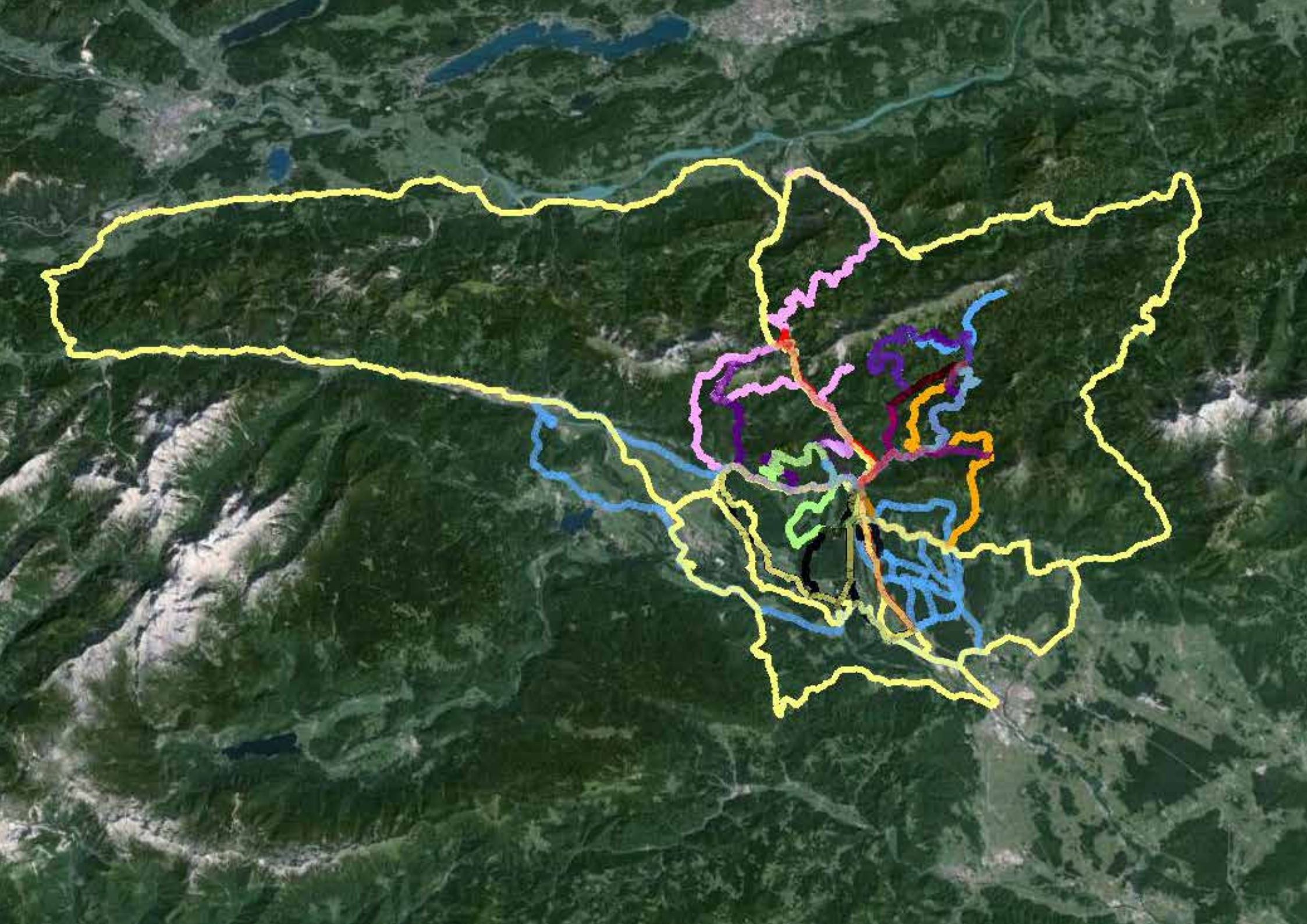
8.2.5. PODPORNNA INFRASTRUKTURA IN STORITVE ZA KOLESARJENJE

Razvoj podporne infrastrukture in storitev za kolesarjenje sta osnova za kakovostno kolesarsko izkušnjo. Mednje sodijo:

- specializirane namestitve;
- specializirane turistične agencije;
- pralnica kolesa na izhodiščni točki;
- vključevanje naravnih, kulturnih in preostalih znamenitosti v trase;
- informacijske table na izhodišču;
- dodatne informacijske table ob znamenitostih;
- polnilnice za električna kolesa na strateških mestih (planinske kočje, mestno središče, ponudniki namestitvev).

8.2.6. IZOBRAŽEVANJE PONUDNIKOV

Uspešne kolesarske destinacije temeljijo na dobro razviti kolesarski kulturi in skupnosti, sestavljeni iz strastnih lokalnih kolesarjev in ponudnikov, ki vodijo in podpirajo razvoj kolesarjenja in kolesarskega turizma. Da bi lokalne ponudnike pritegnili k prilagoditvi njihovih produktov in storitev potrebam kolesarjev, jih je v prvem koraku treba motivirati in podučiti o prednostih in koristih, ki jih to prinaša.





Predlagamo:

- izdelavo informativnih tiskovin o kolesarskih gostih, njihovih značilnostih, potrebah in zahtevah;
- izobraževanja, delavnice in regionalne konference;
- sodelovanje z lokalnimi mediji pri ozaveščanju ponudnikov o prednostih kolesarskega turizma;
- promocijo ponudbe lokalnih deležnikov kolesarskim gostom;
- certificiranje kolesarjem prijazne namestitve v okviru programa, ki ga je razvila Slovenska turistična organizacija 2014. Standardi so podrobno predstavljeni na njihovi spletni strani: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2014/Tr%C4%B9%C4%BEenjski_standardi_KOLESARJEN-JE_-_2014_17998.pdf

ZAKLJUČEK:

V prvi fazi je potrebno na terenu označiti glavne kolesarske trase in pripadajoče glavne navezave ter družinske kolesarske ture. Model označevanja mora biti usklajen s pravilnikom o prometni signalizaciji v sprejemanju in s pilotnimi primeri označevanja na Koroškem (glej priloge), katerih smernice označevanja je MGRT v precejšnji meri tudi upošteval. Poleg označevanja na terenu je treba zagotoviti tudi GPS sledi in podrobne opise ostalih identificiranih poti v digitalnih in tiskanih medijih.

Dodatno bi bilo treba lobirati za spremembo zasnove državnega kolesarskega omrežja v Republiki Sloveniji, da bi vključevala tudi kolesarsko pot proti mejnemu prehodu Ljubelj.



9. OBLIKOVANJE TRŽENJSKE STRATEGIJE

Kakovostni kolesarski turistični produkti temeljijo predvsem na infrastrukturi, zato projekt brez dobro zasnovane in implementirane trženjske strategije dolgoročno ne more biti uspešen. Cilji trženjske strategije, ki smo jo zasnovali, so:

- spodbuditi sodelovanje med lokalnimi ponudniki in jim nuditi podporo pri razvoju kolesarskega turizma;
- povečati prepoznavnost občine kot kolesarske destinacije;
- dvigniti prepoznavnost blagovne znamke občine;
- povečati število kolesarjev turistov in kolesarjev izletnikov v občini.

9.1 TRŽENJSKO POZICIONIRANJE

Trženjsko pozicioniranje opredeljuje želeno pozicijo destinacije v odnosu do konkurenčnih destinacij in želeno percepcijo gostov, ki jih nagovarjamo. Potencialnemu gostu pozicioniranje podaja odgovor na vprašanje, zakaj naj posamezno destinacijo obišče.

Za oblikovanje ustrezne pozicije destinacije je ključno razumeti:

- **KATERE SO PREDNOSTI DESTINACIJE?** – Katere elemente naravnih danosti, kulturne dediščine, značaja prebivalcev, zgodbe, izkušenj obiskovalcev in oblikovanja ponudbe turist prepozna kot prednosti, s katerimi podpre svojo odločitev za obisk?
- **V ČEM SE RAZLIKUJEMO?** – Katere točke, ponudba, zgodbe, lastnosti prebivalcev so drugačni in jih obiskovalec ne more dobiti v konkurenčnih destinacijah? Lahko gre za enega ali nekaj močnih elementov.
- **KAJ PRIČAKUJEJO OBISKOVALCI?** – Naše ključne točke razlikovanja morajo biti skladne s pričakovanji primarnih segmentov obiskovalcev.
- **KAKŠNO OBLJUBO DAJEMO OBISKOVALCEM?** – Na osnovi ključnih točk razlikovanja in prednosti oblikujemo tržno pozicijo, ki predstavlja destinacijsko obljubo obiskovalcem, da se bodo njihova pričakovanja ob obisku izpolnila.

9.1.1 PREDNOSTI TRŽIČA KOT KOLESARSKE DESTINACIJE

Občina Tržič je lahko in hitro dostopna, prek avtocestnih in regionalnih povezav je

dobro povezana s sosednjimi regijami in Avstrijo. Poleg hitrega dostopa iz bližnjih urbanih središč in uveljavljenih turističnih destinacij, kot sta denimo Bled ali Kranjska Gora, občina leži tudi blizu mednarodnega letališča Jožeta Pučnika.

V občini Tržič so številne poti, ki se raztezajo od ravninskih predelov prek urbanih središč in hribovij vse do visokogorja. Večina poti je dostopna iz mestnega jedra, ki tako predstavlja osrednje izhodišče. Poleg številčnosti poti je treba poudariti tudi njihovo raznolikost, tako po zahtevnosti kot po tipu, saj zajemajo manj obljudene asfaltne ceste, makadamske ceste, gozdne vlake, enoslednice in planinske poti.

Ob mreži poti se nahaja več koč, ki so lahko in hitro dostopne, hkrati pa skoraj vse v poletni sezoni obratujejo neprekinjeno. Poti, ki vodijo na planine, imajo zelo dobro razmerje med vzponi in spusti, potekajo po ohranjenem naravnem okolju in nudijo izjemne panoramske razglede.

Glede na prioritete identificiranih ciljnih skupin so ključne prednosti občine Tržič:

1. Razvejana mreža poti za kolesarjenje;
2. panoramski razgledi in ohranjena narava;
3. ugodna razmerja med spusti in vzponi;
4. lahek dostop na planine;
5. lahek dostop do občine;
6. številne planinske kočice.

9.1.2 TOČKE RAZLIKOVANJA V PRIMERJAVI S KONKURENCO

1. Razvejana mreža poti za kolesarjenje

Občina Tržič po številu in razvejanosti poti ni edinstvena. Tudi destinacije in regije v neposredni bližini se ponašajo s številnimi poti, ki pa so v primerjavi s potmi v občini Tržič razpršene po večjem geografskem območju in nimajo osrednjega izhodišča. Občina Tržič se na razmeroma majhnem območju razteza od ravninskih predelov do visokogorja, medtem ko so sosednje destinacije primerljive velikosti ravninske s hribovjem, hribovite ali pa omejene na gorate predele. Vožnja po poteh, zanimivih za kolesarjenje, v občini zaradi obstoječe zakonodaje trenutno ni legalna. Z enakim

problemom se sicer soočajo tudi preostale slovenske destinacije, medtem ko imajo avstrijske številne težave z lastniki zemljišč.

2. Panoramski razgledi in ohranjena narava

Panoramske razglede in ohranjeno naravo nudijo številne bližnje in bolj oddaljene hribovite in gorate destinacije, v katerih je do razglednih točk večinoma treba prepotovati precejšnjo razdaljo ali pa je vzpon do njih strm in naporen. Nasprotno so v občini Tržič zaradi lahko dostopnih planin tudi razgledne točke lahko in hitro dostopne. Težko bi trdili, da je narava v tržiški občini bolj ohranjena kot v sosednjih destinacijah, med katerimi so nekatere vključene celo v naravovarstvena območja, vendar pa se Tržič zaradi reliefne razgibanosti ponaša z raznoliko naravo na majhnem geografskem prostoru in z edinstvenimi znamenitostmi, kot so denimo Dovžanova soteska, planine in podobno.

3. Ugodno razmerje med spusti in vzponi

Razvejana mreža poti in ugodne reliefne značilnosti v občini Tržič omogočajo lahek dostop do planin, kljub temu pa so spusti nadpovprečno dolgi. V bližnjih destinacijah se moramo za enako dolžino spusta vzpenjati dlje časa ali pa so vzponi zelo strmi in naporni.

4. Lahko dostopne planine

Že omenjena razvejanost poti in reliefne značilnosti omogočajo lahek in hiter dostop do planin, na večino tudi z motornimi vozili, medtem ko so planine v sosednjih destinacijah precej težje dostopne in prostorsko bolj razpršene.

5. Lahek dostop do občine Tržič

Lahek dostop je zaradi bližine avtocestnega križa in dobro razvejane mreže regionalnih in lokalnih cest značilen tudi za številne bližnje destinacije. Občina Tržič ima prek prelaza Ljubelj cestno povezavo s sosednjo Avstrijo, kar omogoča lahek prihod gostov s tega območja.

6. Številne planinske koč

Na razmeroma majhnem območju je v občini Tržič veliko koč, ki so lahko dostopne, po večini v času sezone obratujejo neprekinjeno in poleg gostinske ponudbe nudijo tudi prenočitvene zmogljivosti. Koče ležijo sredi izjemne narave in na razglednih točkah. V sosednjih destinacijah lahko sicer najdemo primerljivo ali celo večje število koč, vendar pa so te bolj razpršene in slabše dostopne.

9.1.3 ANALIZA KONKURENCE GLEDE NA SEGMENTE CILJNIH SKUPIN

KOLESARJI POPOTNIKI IN CESTNI KOLESARJI:

- Lokalni kolesarji popotniki in cestni kolesarji obiskujejo celotno območje Gorenjske in avstrijske Koroške. Pri cestno kolesarskih trasah so v turističnem smislu pomembna predvsem izhodišča in točke, kot so denimo vrhovi prelazov ipd., zato imajo bližnje regionalne destinacije prednost pred občino Tržič.
- Kolesarji popotniki in cestni kolesarji iz preostalih predelov Gorenjske in Slovenije kolesarijo tako na Gorenjskem kot tudi v preostalih slovenskih regijah, kolesarji popotniki pa se prek kolesarskih transverzal, kot je denimo Dravska kolesarska pot, napotijo tudi v sosednje države.
- Cestni kolesarji iz sosednjih držav in Nemčije ter preostalih evropskih držav, ki se odpravijo na kolesarski dopust, imajo na voljo številne uveljavljene cestno kolesarske destinacije, predvsem v Italiji in Franciji, ki so poznane kot trase znamenitih dirk Giro di Italia in Tour de France.
- Kolesarji popotniki iz srednje in zahodne Evrope pa se večinoma odločajo za kolesarjenje po specializiranih daljinskih poteh v Avstriji, Nemčiji in podobno.

TURNI KOLESARJI:

- Lokalni turni kolesarji se poleg kolesarjenja v domači občini odločajo za kolesarjenje v sosednjih občinah in destinacijah, kot sta Kranjska Gora in Bohinj.
- Turni kolesarji z Gorenjske poleg zgoraj omenjenih destinacij obiščejo še območje Kranja, Škofje Loke, Železnikov ...
- Turni kolesarji iz preostalih slovenskih regij izbirajo za kolesarjenje poleg Gorenjske in Osrednje Slovenije predvsem Severno Primorsko in Koroško, kjer so infrastruktura in storitve najbolj razviti v Sloveniji.
- Turni kolesarji iz sosednjih držav in Nemčije imajo na voljo številne domače destinacije in destinacije na Češkem, v Franciji in Švici.
- Turni kolesarji iz preostalih evropskih držav poleg omenjenih držav izberejo tudi Španijo. V Sloveniji kolesarijo na Gorenjskem, predvsem pa na Severnem Primorskem in Koroškem.

GRAVITACIJSKI KOLESARJI

- Lokalni in regionalni gravitacijski kolesarji poleg spuščanja s planin v občini Tržič obiskujejo predvsem kolesarske parke na okoliških smučiščih in na poteh v Kranjski Gori, Kravvcu, Bohinju, Joštu nad Kranjem, Škofji Loki in drugje, pa tudi obmejne destinacije v Avstriji, predvsem kolesarski park na Peci. Gravitacijski kolesarji iz preostalih slovenskih regij poleg Gorenjske obiščejo predvsem Severno Primorsko, Pohorje, Koroško in Osrednjo Slovenijo.
- Gravitacijski kolesarji iz sosednjih držav in preostalih evropskih držav se večinoma odločajo za obisk uveljavljenih destinacij v Avstriji, Nemčiji, Švici, Italiji, Franciji in na Češkem.

DRUŽINSKI KOLESARJI:

- Lokalni in gorenjski družinski kolesarji kolesarijo po primernih poteh v Kranju, Kranjski Gori in na Bledu.
- Družine iz preostalih slovenskih regij za kolesarjenje poleg lokalnega okolja izberejo predvsem destinacije z dobro razvito infrastrukturo, kot jo najdemo v Osrednji Sloveniji, na izbranih destinacijah na Gorenjskem in na Primorskem. Družinskim kolesarjem kolesarjenje večinoma ne predstavlja primarnega razloga za obisk in izbiro destinacije, zato iščejo predvsem destinacije s pestro dodatno ponudbo.

9.2 KLJUČNE CILJNE SKUPINE

Kot ključno ciljno skupino smo identificirali TURNE KOLESARJE.

Demografska struktura turnih kolesarjev:

- večinoma so stari med 35 in 40 let;
- kljub temu da delež žensk hitro narašča, še vedno v 70 – 80 % prevladujejo moški;
- v povprečju so nadpovprečno izobraženi, saj imajo višjo ali visoko stopnjo izobrazbe in nadpovprečne prihodke;
- na tedenskem kolesarskem dopustu porabijo okoli 700 EUR;
- več kot 70 % jih spi v hotelih in penzionih s 3, 4 ali 5 zvezdicami, saj pričakujejo podobno udobje kot doma;

- kolesarijo v manjših skupinah, ki štejejo od dva do tri kolesarje, povečuje pa se število kolesarjev, ki kolesarijo s partnerjem;
- v povprečju kolesarijo dva- do trikrat na teden;
- izven lokalnega okolja kolesarijo na pol- in celodnevni izletih;
- zaradi edinstvenih doživetij in tekmovanj so pripravljene potovati tudi zelo daleč;
- pričakujejo kakovostno kolesarsko infrastrukturo in storitev;
- podatke o destinacijah zbirajo v glavnem prek spleta, specializiranih kolesarskih medijev in priporočil prijateljev.

9.2.1 ANALIZA MOTIVOV ZA POTOVANJE TURNIH KOLESARJEV

Med glavnimi motivi turnih kolesarjev za obisk destinacije so:

- kakovost kolesarske infrastrukture in servisne storitve;
- turni kolesarji iščejo dobro označene, razvejane in raznolike mreže makadamskih cest, poti in enoslednic. Poti zasnovane in namenjene izključno gorskim kolesarjem, predstavljajo veliko prednost, še posebej, če so dobro vzdrževane;
- številčnost poti;
- predvsem za lokalne kolesarje in kolesarje iz sosednjih krajev in regij je pomembno, da je poti dovolj za raznoliko kolesarsko izkušnjo;
- edinstvena pokrajina s panoramskimi razgledi ali naravnimi znamenitostmi vedno predstavlja motiv za obisk tudi bolj oddaljenih destinacij;
- pomembna sta priročnost in lahek dostop;
- z izjemo časa dopusta turni kolesarji večinoma iščejo destinacije za pol- ali celodnevne kolesarske izlete v neposredni bližini doma ali službe.

9.2.2 ANALIZA IZPOLNJEVANJA MOTIVOV ZA POTOVANJE V PRIMERJAVI S KONKURENCO

Kot glavna motiva za obisk Tržiča, ki ju občina lahko zagotovi, smo določili raz-

nolikost in številčnost poti ter edinstveno naravno okolje (planine). Za lažje razumevanje in opredelitve pričakovane izkušnje na podlagi motivov, opredelimo še antiteze - nizko število poti, ki so za povrh monotone in neizrazita narava, nato pa poiščemo destinacije, ki so občini na teh dveh področjih najbolj konkurenčne. V spodnjem grafu smo prikazali, kako omenjene motive izpolnjujejo konkurenčne destinacije v odnosu do Tržiča.



9.3 TRŽNA ZNAMKA TRŽIČ – KOLESARSKA DESTINACIJA TRŽIČ

Znamka destinacije predstavlja nabor trženjskih aktivnosti, ki podpirajo razvoj grafične in besedne podobe, kot takšna je pomemben dejavnik uspeha destinacije. Z znamko destinacija dosledno posreduje pričakovanje edinstvene potovalne izkušnje oziroma uporabniku sporoča pričakovano kakovost neotipljivih proizvodov. Znamka destinacijo razlikuje in identificira. Ena izmed najpogostejših napak, ki se pojavljajo pri razumevanju znamk destinacij, je enačenje znamke z njenimi vidnimi elementi, predvsem z logotipom in sloganom. Logotip in ime sicer predstavljata orodji za identifikacijo in prepoznavo, vendar je bistvo znamčenja v izgradnji prepoznavnih asociacij.

Za uspeh znamke je treba ustvariti zgodbo, ki bo odražala edinstveni položaj znamke. Ustrezni vizualni simboli lahko pomagajo približati zgodbo potencialnim uporabnikom, vsekakor pa ne morejo biti edini elementi znamke, ki je kompleksna entiteta.

Znamka destinacije ima dve dimenziji - notranji in zunanji pogled na znamko:

- Notranji pogled na znamko destinacije predstavlja koncept identitete, ki opredeljuje značilnosti znamke z vidika notranjih interesnih skupin.
- V nasprotju z notranjim zunanji pogled zajema vrednotenje in zaznavo znamke v očeh ciljnih uporabnikov. Največkrat je predstavljen s konceptom premoženja znamke, ki poleg podobe obsega še zavedanje, kakovost in zvestobo.

Znamka posreduje obljubo o odlični potovalni izkušnji, ki je edinstveno povezana z destinacijo ter služi za utrjevanje in krepitev pozitivnih spominov na izkušnjo z namenom ustvarjanja pozitivne podobe. Da bi bila znamka destinacije uspešna, pa mora ta obljubljeni izkušnjo nujno tudi uresničiti.

Znamka destinacije pripomore tudi k identifikaciji in povezanosti deležnikov ter h kreptvi medsebojnega zaupanja. Znamko je treba ne le vzpostaviti in implementirati, pač pa tudi voditi in upravljati. Brez učinkovitega managementa destinacije hitro izgubijo svoj izviren čar, pričnejo stagnirati in na koncu zatonejo; zato jih je treba nenehno razvijati oziroma jih prilagajati spremembam, do katerih pride v zaznavah potrošnikov.

9.3.1 ANALIZA USTREZNOSTI OBSTOJEČE DESTINACIJSKE ZNAMKE

Občina Tržič je za namen trženja turističnih produktov nedavno preoblikovala celostno grafično podobo, pri čemer je izhajala iz zgodb, ki opisujejo tako zgodovinsko kot tudi naravno dediščino in obstoječo ponudbo. Razvoj blagovne znamke se je osredotočil predvsem na grafično podobo, medtem ko identitetni elementi in strategija znamke, v kateri bi bili jasno zastavljeni cilji, določeni skrbniki, način implementacije in podobno, niso bili opredeljeni.

Občina Tržič ima trenutno monolitno destinacijsko znamko, ki pokriva več turističnih produktov, med njimi tudi kolesarjenje. Znamka temelji na številčnosti in raznolikosti poti v občini kot edinstveni razlikovalni prednosti, obenem pa poti predstavljajo tudi jedro turistične ponudbe. Razvejana mreža poti, ki iz mestnega središča sega mimo številnih naravnih, kulturnih in tehniških znamenitosti vse do visokogorja, je tako bistveno vplivala na identiteto znamke in posledično na podobo, ki jo ta komunicira.

Na podlagi analize in opredelitve identitetnih elementov zaključimo, da ti v večini sovpadajo z obstoječo blagovno znamko. Glede na to, da ima občina za upravljanje znamke na voljo omejena sredstva in vire, je obstoječo znamko in njeno arhitekturo smiselno obdržati.

Ker pa smo se v analizi osredotočili samo na ciljno skupino kolesarjev, je treba ustreznost preučiti tudi z vidika drugih ciljnih skupin. Pomemben je strateški pristop k oblikovanju in implementaciji znamke; to morajo najprej ponotranjiti vsi deležniki, šele nato jo je mogoče s trženjskimi prijemi predstaviti navzven. Redno je treba spremljati odzive na znamko tako med obstoječimi in potencialnimi obiskovalci kot tudi med lokalnimi deležniki, in jo ustrezno prilagajati. Da bi bilo vse našete korake mogoče izvesti, pa je treba določiti skrbnika znamke in zagotoviti zadostna finančna sredstva. Skrbnik bo zagotavljal tako doslednost komuniciranja vseh deležnikov kot tudi motiviral deležnike in iskal konsenz med njihovimi zasebnimi interesi in globalnimi cilji znamke.

Trenutna grafična rešitev komunicira tako bistvo znamke kot tudi njene edinstvene razlikovalne prednosti, zato predlagamo, da jo občina obdrži in se v nadaljevanju osredotoči na notranjo in zunanjo implementacijo znamke.

Znamko in njene pojavne simbole je treba ustrezno zaščititi in s tem preprečiti morebitne kršitve avtorskih pravic. Določiti je treba tudi pravila za uporabo logotipa in jih predstaviti deležnikom.

9.3.2 IDENTITETA ZNAMKE

Na podlagi analize anketnih vprašalnikov in lastnih raziskav smo prepoznali identitetne elemente destinacijske znamke:

Lastnosti: Razkošje in pestrost poti, lahka dostopnost, panoramski razgledi, lahko dostopne planine in kočje, razgiban teren in pestra narava.

Koristi: Pobeg, sprostitve, občutek svobode, pustolovščina.

Osebnost znamke mora biti podobna osebnosti njenih izvajalcev, hkrati pa privlačna za uporabnike.

Kolesarska destinacija Tržič: prijazna, pustolovska, aktivna, utrjena (hribovec).

Vrednote: strast, kakovost, pustolovščina, zanesljivost.

Bistvo (DNA) znamke: strast do pustolovščin.

Pozicijska izjava: Toliko lahko dostopnih planin, prepredenih z množico poti, primernih za različne tipe kolesarjenja in kolesarske spretnosti ter s kočami, ki nudijo epske razglede, le streljaj od urbanih središč, verjetno ne najdemo nikjer drugje v Sloveniji.

Predlog: Epske kolesarske poti po pastirskih planinah, le streljaj od urbanih središč.

Vizija znamke kaže smer v katero se želi ta razvijati. Vizija mora biti motivacijska, da jo ponotranjijo vsi izvajalci in obenem dovolj realna, da jo bo v prihodnosti mogoče uresničevati.

VIZIJA: Do leta 2020 bo občina Tržič postala vodilna gorenjska destinacija za turno kolesarjenje in izhodišče za večdnevno kolesarjenje po gorenjskem za tuje kolesarje.

Poslanstvo opisuje dolgoročen namen in cilje destinacije ter načine za njihovo doseganje.

POSLANSTVO: Z lokalnimi deležniki v praksi izvesti načrtano strategijo ter z razvojem infrastrukture in dvigom prepoznavnosti povečati ne le obisk in prihodek, pač pa tudi spodbujati zdravo in aktivno preživljanje prostega časa med občani ter omejiti konflikte med kolesarji in preostalimi deležniki. Z razvojem kolesarjem naklonjenega vzdušja dolgoročno povečevati njihov obisk.

9.4 KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

Cilji:

- dvigniti prepoznavnost občine kot kolesarske destinacije;
- dvigniti prepoznavnost blagovne znamke;
- opominjanje potrošnikov na ključne koristi znamke;
- pozicioniranje občine glede na konkurenco;
- prilagojene komunikacije za izbrane ciljne skupine.

KLJUČNA SPOROČILA

Primarna sporočila podpirajo oziroma komunicirajo obljubo znamke in se pojavljajo v odnosih z mediji, oglasih, na spletnih straneh, v multimedijskih vsebinah itd. Sekundarna sporočila podpirajo preostale edinstvene razlikovalne prednosti destinacije in se uporabljajo pri usmerjeni komunikaciji z izbranimi ciljnimi segmenti.

Primarna komunikacija:

- Razkošje poti pred vašimi vrati / Toliko poti, da se jih ne boste nikoli naveličali;
- izjemna narava;
- bližina uveljavljenih destinacij in urbanih središč ter lahek dostop.

Sekundarna komunikacija:

- edina lokacija, kjer boste v enem dnevu obiskali več planin;
- izpostaviti raznolikost kolesarskih izkušenj oziroma vrst kolesarjenja v občini, primernih za različne tipe kolesarjenja in kolesarskih spretnosti;
- značaj in kultura - kolesarje privabijo destinacije z izoblikovano in edinstveno kulturo in značajem;
- edinstvena lokalna ponudba - kolesarji želijo izkusiti ponudbo lokalnih deležnikov;
- vožnja po večinoma neobljudenih poteh;
- varnost - kljub temu da so kolesarji samozadostni, se želijo v destinaciji počutiti varno in po potrebi najeti tudi vodnika.

Sporočila glede na ciljne skupine:

- prilagajanje sporočil pričakovanjem ciljnih skupin;
- oblikovanje sporočil glede na zahtevano tehnično znanje, fizično pripravljenost in izkušnje;
- komunikacija glede na poznavanje destinacije (lokalni, regionalni kolesarji in kolesarji iz tujine).

Ustrezno oblikovanje sporočil nam omogoča, da privabimo ciljno skupino, ki ji je produkt namenjen. Tako zagotavljamo dobro uporabniško izkušnjo in gradimo pozitivno podobo destinacije. S takšnim načinom komunikacije kolesarjenje približamo širšemu krogu ljudi, pri čemer pa moramo dosledno paziti, da dane obljube lahko izpolnimo in da ne izgubimo podpore izkušenih, strastnih kolesarjev.

9.4.1 OBLIKOVANJE TRŽENJSKEGA SPLETA

Razmerje med uporabo množičnih medijev oziroma orodij za trženjsko komuniciranje in specializiranih medijev, namenjenih izkušenejšim kolesarjem, je odvisno od vrste kolesarskih produktov in od ciljne skupine. Če destinacija naslavlja bolj izkušene kolesarje mora uporabljati pretežno specializirane medije in obratno. Pomembno je, da destinacije ne favorizirajo določenega orodja, temveč orodje izberejo glede na njegovo primernost za doseganje ciljev trženjskih aktivnosti.

Kolesarji se za obisk destinacije v največji meri odločajo na podlagi priporočil prijateljev in znancev ter priporočil preostalih kolesarjev, ki jih ti objavljajo na socialnih omrežjih in specializiranih spletnih straneh. Kakovostne spletne strani destinacij so sicer obvezen komunikacijski element, a imajo na končno odločitev kolesarjev relativno majhen vpliv. Destinacije morajo zato uporabljati več komunikacijskih kanalov.

Za vzpostavitev ustrezne komunikacije izbiramo orodja in kanale, ki sporočila prenašajo do izbranih ciljnih skupin.

9.4.2 KOMUNIKACIJSKI KANALI

SPLETNA STRAN

Za primarno komunikacijo predlagamo uporabo obstoječega destinacijskega portala Visit Tržič www.visit-trzic.com, na katerem je že predstavljena kolesarska ponudba v občini. Stran bo treba nekoliko spremeniti in dopolniti s pomembnimi informacijami, ki jih kolesarji potrebujejo oziroma ki vplivajo na njihovo izbiro destinacije. Predlagamo naslednje aktivnosti:

1. spremeniti slog in ton komunikacije v skladu s komunikacijsko strategijo in ciljno skupino, ki jo posamezen produkt nagovarja;
2. vsebinsko stran dopolniti vsaj s primarnimi trasami za turno, družinsko in cestno kolesarjenje, ki so bile prepoznane v tem dokumentu, v ospredje pa postaviti gorsko oziroma turno kolesarjenje. Poleg opisov tras mora portal vključevati informacije o dodatni za kolesarje zanimivi in prilagojeni ponudbi. Opisi naj vsebujejo tako obvezne podatke kot tudi kolesarske izkušnje, ki jih posamezne trase nudijo;
3. interaktivnim zemljevidom in opisom kolesarskih tur je treba dodati GPS sledi, ki si jih lahko obiskovalci brezplačno prenesejo;
4. dodati multimedijske vsebine, vremensko napoved, blog z novicami o aktu-

alnem dogajanju in kolesarskih izkušnjah, koledar kolesarskih dogodkov in modul za naročanje na elektronske novice;

5. zagotoviti večjezičnost portala in preprosto navigacijo med jezikovnimi različicami;
6. eden ključnih izzivov je ažurnost vsebin, za kar je treba vzpostaviti sistem uredništva in skrbništva; le tako bo portal postal dinamično komunikacijsko orodje;
7. portal je treba ustrezno optimizirati, nato pa za optimizacijo tudi dolgoročno skrbeti;
8. zagotoviti je treba sledenje oziroma nadzorovanje uspešnosti prek organske pozicije na iskalniku Google, števila obiskov na strani in konverzije v prenos GPS sledi ter naročanja na elektronske novice.

SOCIALNA OMREŽJA

Socialna omrežja so eden izmed najpomembnejših elementov komunikacije, s katerimi destinacija lahko dvigne prepoznavnost in verodostojnost. Destinacije s socialnimi omrežji pridobijo cenovno učinkovito orodje za globalno, a hkrati tudi tarčno trženje, komunikacijo in vključevanje potrošnikov. Pri uporabi socialnih medijev morajo destinacije paziti, da niso preveč vsiljive in da med ključnimi uporabniki spodbujajo komunikacijo od ust do ust.

Destinacija potrebuje svoj profil na vseh ključnih socialnih medijih, kot so Facebook, Instagram, Twitter, forum Tabla in Youtube. Z vzpostavitvijo dvosmerne komunikacije s ciljnim segmenti bo destinacija pridobivala mnenja o kolesarski infrastrukturi, razvojnih načrtih, oglaševalskih kampanjah itn. Obiskovalce mora spodbuditi k deljenju kolesarskih izkušenj na socialnih omrežjih - to lahko na najbolj fotogeničnih lokacijah dosežemo na primer s posebnimi oznakami "odlična lokacija za selfie" - in k uporabi izbranih "hashtagov". Posebno pozornost je treba nameniti rednemu osveževanju vsebin in vključevanju v pogovore ter doslednemu posredovanju sporočil prek različnih platform, obenem pa paziti na prilagojenost komunikacijskega tona in sloga posameznemu mediju. V ta namen potrebujemo podroben komunikacijski načrt oziroma strategijo, ki mora biti skladna s krovno komunikacijsko strategijo, zgleduje se lahko tudi po študijah primerov dobrih praks uveljavljenih kolesarskih destinacij.

Komunikacija prek socialnih omrežij je skupinsko delo. Predlagamo, da je zanjo zadolžen izbrani kolesar iz občine, katerega naloga bo, da v komunikacijske aktivnosti redno vključuje tudi preostale deležnike. Uspešnost komunikacije prek so-

cialnih omrežij se bo merila z vključenostjo ciljnih skupin v spletne debate, številom všečkov, številom sledilcev, številom deljenih vsebin in s preusmeritvami na spletno stran visit-trzic.com.

DIREKTNI MARKETING

Elektronske novice so pomemben stalni komunikacijski kanal med obstoječimi in potencialnimi uporabniki ter občino. Prva naloga je pridobiti naročnike, za kar lahko uporabimo spletno stran, organiziramo nagradne igre na socialnih omrežjih, izkoristimo teren in ponudnike kolesarjem prijaznih storitev ali kolesarske dogodke in sejme. V nadaljevanju je treba naročnike segmentirati glede na tip, kar nam omogoči pošiljanje personaliziranih sporočil. Za razpošiljanje priporočamo uporabo specializiranih orodij za množično pošiljanje elektronske pošte, kot so Mail Chimp, Dostavljalec ipd.

Zagotoviti je treba kakovostne vsebine, katerih primernost preverjamo z deljenimi testi. Poleg gradnje prepoznavnosti je namen elektronskih novic tudi komuniciranje ponudb, akcij in prihajajočih dogodkov. Novice pošiljamo največ enkrat mesečno, izjema so le obdobja pred največjimi dogodki, ko lahko pogostnost povečamo. Uspešnost posameznih akcij merimo s številom odprtih novic in klikov na povezave, pa tudi s številom odjav.

PROMOCIJSKA GRADIVA

Promocijska gradiva poleg promocije kolesarjem nudijo tudi osnovne informacije, ki jih potrebujejo za kakovostno kolesarsko izkušnjo. Promocijska gradiva imajo različne pojavne oblike, poskrbeti pa je treba za doslednost komunikacije in skladnost gradiv s komunikacijsko strategijo. Eno najpomembnejših promocijskih gradiv je kakovosten digitalni in tiskani kolesarski zemljevid z ustreznimi informacijami (višinski profili, slikovni material ...). Osnovni zemljevid mora biti obiskovalcem na voljo brezplačno na več točkah v občini.

Poleg zemljevida je treba za preprosto navigacijo po neoznačenih kolesarskih poteh zagotoviti tudi GPS sledi in izdelati kolesarske vodnike s podrobnimi podatki o kolesarskih turah, lokalni ponudbi idr., kar je še posebej pomembno za tuje kolesarje. Predlagamo tudi oblikovanje brošure o edinstvenih kolesarskih izkušnjah v občini, ki bo na voljo na več mestih v občini in pri lokalnih ponudnikih. Taka brošura bo uporabna tudi na promocijskih dogodkih doma in v tujini.

Dolgoročno je smiselno izdelati aplikacijo za mobilne telefone, ki bo kolesarjem omogočila preprosto navigacijo po destinaciji in ki bo na osnovi geolokacije prikazovala bližnje znamenitosti in lokalne ponudnike. Prek aplikacije bo mogoče komunicirati tudi prihajajoče kolesarske dogodke, posebno ponudbo in pakete idr.

OGLAŠEVANJE

Pri oglaševanju je potrebno biti zaradi omejenih finančnih sredstev še posebej poudaren. Osredotočimo se na medije, namenjene izbranim ciljnim segmentom oziroma potencialnim gostom. Najbolj primerni mediji za oglaševanje kolesarske izkušnje so specializirani slovenski kolesarski mediji, kot so denimo spletne strani za kolesarje mtb.si in Bikel.com, in socialna omrežja, na katerih lahko izbrane ciljne skupine tarčno naslavljamo. Poleg oglasnih pasic na spletnih mestih je za doseganje večjega učinka treba zagotoviti tudi multimedijske vsebine in reportaže, ki morajo biti usklajene s preostalo komunikacijo. V tiskanih medijih, namenjenih kolesarjem, je smiselno oglaševati le v primeru dopolnitve reportaže ali prispevka o kolesarski izkušnji. Dolgoročno je oglaševanje pametno razširiti tudi na medije, ki pokrivajo nemško govoreče ciljne skupine.

Oglaševanje kolesarske izkušnje v občini Tržič je smiselno vključiti v oglaševalske akcije Gorenjske in regij z območja Alpe-Adria oziroma v akcije razvitejših kolesarskih turističnih produktov, kot je denimo Trans Slovenia.

Predlagamo tudi postavitev promocijskih zastav ob glavni vpadnici v Tržič, s katerimi bomo komunicirali kakovostne in epske kolesarske izkušnje, mimoidoče opozarjali na širok nabor kolesarskih priložnosti v občini in Tržič izpostavili kot kolesarjem prijazno mesto. Poleg zastav predlagamo še oglaševanje s plakati z izjemnimi fotografijami, ki bodo komunicirali tako epske kolesarske izkušnje v občini Tržič kot tudi novo blagovno znamko ter tako dvignili prepoznavnost produktov med lokalnim prebivalstvom in obiskovalci. Uokvirjeni plakati bi bili izobešeni na javnih mestih in inštitucijah ter pri lokalnih ponudnikih.

POSPEŠEVANJE PRODAJE

Aktivnosti pospeševanja prodaje so usmerjene predvsem na sodelovanje s specializiranimi turističnimi agencijami in na neposredno naslavljanje potencialnih obiskovalcev na sejmih, prek nagradnih iger ipd.

Za uspešno pospeševanje prodaje je treba specializirane turistične agencije skrbno izbrati in pritegniti k dolgoročnemu sodelovanju. To najlažje dosežemo z organizacijo študijskega obiska, na katerem predstavniki agencije brezplačno izkusijo kolesarsko ponudbo občine, spoznajo ponudnike, preverijo ustreznost ponudbe itn. V nadaljevanju je treba agencijam nuditi podporo tako pri komunikaciji z lokalnimi ponudniki kot tudi z omogočanjem dostopa do kakovostnih multimedijskih vsebin in podrobnih informacij. Agencije s katerimi bi bilo smiselno vzpostaviti kontakt, so Helia (www.helia.si), Bikenomad (www.bikenomad.com), Freiraus Verlag (www.mtb-slowenien.de) in Funactive (www.funactive.info).

Razstavljanje na specializiranih sejmih je sicer učinkovita metoda za neposredno naslavljanje ciljnih segmentov v tujini, vendar pa zaradi omejene ponudbe v občini in omejenega obsega sredstev predlagamo povezovanje oziroma nastopanje na ravni regije ali turističnega produkta v sodelovanju z več destinacijami. Dolgoročno priporočamo predvsem nastopanje v okviru destinacije ali obsežnejših kolesarskih produktov na sejmih, ki ciljajo nemško govoreče kolesarje, kot so BIKE Festival Riva del Garda, Bike Festival Willingen, Argus Bike Festival, Salzkammergut-Trophy in kolesarski sejem Eurobike.

Nagradne igre, v katerih podelimo brezplačno kolesarsko izkušnjo v občini ali paket ugodnosti, so cenovno ugodna oblika promocije na tujih trgih. Izvedemo jih lahko prek spletnega portala, socialnih omrežij in e-novic.

SPAJANJE ZNAMK

Občina lahko s spajanjem lastne znamke z znamkami uveljavljenimi proizvajalcev in distributerjev koles in kolesarske opreme nadgradi svojo podobo. Aktivnosti povezane s spajanjem znamk, so raznolike in zajemajo testiranja koles partnerskega proizvajalca v destinaciji, "posvojitve" kolesarskih tras ipd. Poleg spajanja znamk z dobavitelji ali proizvajalci bi bilo smiselno tudi spajanje znamke občine z znamkami preostalih destinacij, kot je na primer Gorenjska ali Alpe-Adria, pri čemer bi se v nadaljnjem koraku lahko združile tudi promocijske aktivnosti.

ODNOSI Z JAVNOSTMI

Podobno kot so aktivnosti pospeševanja prodaje povezane z vzpostavljanjem odnosov s turističnimi agencijami, so odnosi z javnostmi povezane z nagovarjanjem novinarjev in medijev, še posebej specializiranih. Predlagamo naslednje aktivnosti:

- izvedba študijskih tur za novinarje tujih specializiranih kolesarskih medijev, ki jih lahko organiziramo samostojno ali v sodelovanju z izbranimi ponudniki ali destinacijami. Rezultat bo verodostojna in cenovno ugodna predstavitev v sodelujočih medijih, kar bo pripomoglo k dvigu prepoznavnosti destinacije. Predlagamo, da se ture osredotočijo predvsem na nemško govoreče medije, kot so denimo mediji nemškega založnika Delius Klasing, ENDURO Mountain-bike Magazine, Lines, Ride ...;
- redna sporočila za javnosti, ki jih pošiljamo ciljno;
- oblikovanje medijskega središča na portalu, v katerem so na voljo vse informacije za novinarje in multimedijske vsebine;
- organizacija tiskovnih konferenc ob pomembnih dogodkih.



DOGODKI

Organizacija kolesarskih dogodkov ima pozitiven vpliv na prepoznavnost destinacije in njeno verodostojnost med izbranimi ciljnimi segmenti. Dogodke je treba oblikovati in izbirati glede na zastavljene komunikacijske in strateške cilje. Odmevniji mednarodni dogodki in tekmovanja dvigujejo prepoznavnost in verodostojnost, medtem ko so lokalni dogodki namenjeni predvsem povezovanju in motiviranju lokalnih deležnikov.

V občini Tržič je smiselna predvsem organizacija dogodkov in tekmovanj, na katerih večina udeležencev ni pasivnih, temveč aktivno sodeluje. Glede na izbrani primarni segment kolesarjev bi bilo največ poudarka treba nameniti inovativnim in medijsko zanimivim dogodkom za turne kolesarje. Podpreti je potrebno lokalne in preostale organizatorje dogodkov ter zagotoviti usklajenost dogodkov na občinski in regionalni ravni in dosledno komunikacijo. Kolesarske dogodke je smiselno razvijati v partnerstvu z lokalnimi društvi in preostalimi partnerji. Ker so kolesarski dogodki priložnost za dvig števila prenočitev v destinaciji, je potrebno posebno pozornost nameniti večdnevnim dogodkom in poskrbeti za primerne namestitvene pakete. Nadaljevati bi bilo potrebno tudi z organizacijo dogodkov v Dirt Parku Divjina, ki so se že uveljavili med kolesarji v širši regiji in ki občini zagotavljajo verodostojnost, pri čemer bi bilo treba poseben poudarek nameniti predstavitvi kolesarske ponudbe v občini. Poleg organizacije dogodkov za kolesarje priporočamo tudi organizacijo strokovnih kolesarskih dogodkov in konferenc za turistične delavce in destinacije.

TRŽENJE S POMOČJO ZNANIH OSEBNOSTI

Sodelovanje s slavnimi, uspešnimi, znanimi kolesarji dviguje prepoznavnost in verodostojnost destinacije in njene znamke med ciljnimi segmenti. Partnerje je potrebno skrbno izbrati, saj se morajo njihove vrednote ujemati z vrednotami destinacije in kolesarskega produkta; le tako lahko znamka in športnik uspešno sodelujeta. Poleg tega mora ciljna skupina, ki jo naslavljamo, izbranega športnika spoštovati in ga prepoznavati kot zaupanja vrednega. Sodelovanje z znanimi osebnostmi lahko pripomore k doseganju ciljev znamke le, če je vključeno v preostale trženjske in komunikacijske aktivnosti. Predlagamo predvsem sodelovanje z domačimi uspešnimi kolesarji in klubi, kot je denimo Unior Tools Team, uveljavljenimi kolesarji iz nemško govorečega območja, kolesarji iz Dirt Parka Divjina, za bolj množične oblike kolesarjenja pa tudi z Žanom Koširjem.



10. AKCIJSKI NAČRT AKTIVNOSTI

Ključna strateška cilja:

1. Razvoj kolesarske destinacije in kolesarskega produkta v občini Tržič.
2. Dvig prepoznavnosti destinacije in povečanje števila kolesarskih turistov v občini Tržič.

Ključni operativni cilji strateškega cilja 1:

1. Razvoj infrastrukture in pospešitev njene legalizacije.
2. Vzpostavitev primerne organizacijske strukture.
3. Zasnova prioritetnih kolesarskih razvojnih projektov.

Ključni operativni cilji strateškega cilja 2:

4. Izvedba trženjske strategije.
5. Organizacija kolesarskih dogodkov in podpora.
6. Vzpostavitev prodajnih kanalov.
7. Vzpostavitev sistema za vodenje statistike kolesarskih gostov.

10.1.1 RAZVOJ INFRASTRUKTURE IN NJENA LEGALIZACIJA

Razvoj kakovostnih kolesarskih turističnih produktov v prvi fazi zahteva razvoj ustrezne infrastrukture, sledijo preostale aktivnosti, kot so oblikovanje celovitih kolesarskih produktov, prodaja in trženje. V prvem koraku je potrebno urediti in označiti glavne kolesarske trase in vzpostaviti sistem vzdrževanja. Preučiti je potrebno možnosti za legalizacijo obstoječih enoslednic in dolgoročno oblikovati mrežo namenskih enoslednic za kolesarjenje.

10.1.2 VZPOSTAVITEV PRIMERNE ORGANIZACIJSKE STRUKTURE

Za uspešen razvoj kolesarskega turizma v občini je potrebno vzpostaviti koordinacijsko strukturo, ki bo vključevala vse pomembne deležnike. V sklopu oblikovanja organizacijske strukture je potrebno aktivno pristopiti k spodbujanju razvoja specializirane ponudbe in namestitve v občini.

10.1.3 ZASNOVA PRIORITETNIH RAZVOJNIH PROJEKTOV NA PODROČJU KOLESARSTVA

Občina mora še naprej sodelovati pri pripravi in uresničevanju razvojnih projektov na področju kolesarjenja na državni, regionalni in lokalni ravni tudi z vidika nadgradnje kolesarskih turističnih produktov. Nujno je regijsko povezovanje pri zasnovi kolesarske infrastrukture in vodeno delovanje od zgoraj navzdol.

10.2. IZVEDBA TRŽENJSKE STRATEGIJE

Kolesarski produkti v občini se trenutno ne tržijo sistematično in načrtovano. Med obiskom so kolesarji večinoma prepuščeni sami sebi in svoji iznajdljivosti. Za povečanje prepoznavnosti in verodostojnosti ter pozicioniranje glede na preostale destinacije je potrebno uresničiti predlagano trženjsko strategijo.

10.2.1 ORGANIZACIJA KOLESARSKIH DOGODKOV IN PODPORA

Ena izmed najučinkovitejših metod za povečanje prepoznavnosti in verodostojnosti destinacije je organizacija dogodkov. Občina lahko pri tem izhaja iz že uveljavljenega dogodka v Dirt Parku Divjina in k organizaciji kolesarskih dogodkov spodbuja tudi preostale lokalne deležnike, pri tem pa skrbi tudi za koordinacijo.

10.2.2 VZPOSTAVITEV PRODAJNIH KANALOV

Ko bodo izpolnjeni osnovni pogoji za kakovostno kolesarsko izkušnjo, bo potrebno vzpostaviti ustrezne prodajne kanale. Smiselno bi bilo ustanoviti specializirano agencijo (ali k sodelovanju pritegniti katerega izmed ponudnikov iz regije), ki bi kolesarjem nudila množico različnih storitev, in k sodelovanju pritegniti tuje agencije.

10.2.3 VZPOSTAVITEV SISTEMA ZA VODENJE STATISTIKE KOLESARSKIH GOSTOV

Ker občina ne vodi statistike o obisku kolesarjev, je potrebno vzpostaviti sistematično beleženje obiska, kar bo olajšalo razvoj kolesarskih turističnih produktov. Predlagamo, da se vodenje statistike uvede postopoma. V prvi fazi naj jo uvedejo tiste prenočitvene kapacitete, ki so razvoju kolesarskega produkta najbolj naklonjene in imajo s tega naslova največ prenočitev. Vodenje statistike naj bo prostovoljno, ponudniki, ki se za to odločijo, naj bodo nagrajeni z vidnostjo v komunikacijah. Postopoma naj se vodenje statistike po različnih segmentih turistov uvede pri vseh ponudnikih. Poleg pridobivanja podatkov o obisku kolesarjev od ponudnikov, predlagamo tudi anketiranje kolesarjev obiskovalcev v občini in štetje kolesarjev na priljubljenih kolesarskih točkah.

10.3 OPREDELITEV PRIORITET, OPERATIVNIH CILJEV IN UKREPOV

Prioriteta 1: Razvoj kolesarske destinacije in kolesarskega produkta v občini Tržič

Operativni cilj 1: Razvoj infrastrukture

Ukrep 1: Legalizacija kolesarskih poti

Določiti najpomembnejše poti in jih legalizirati po prioriteten vrstnem redu.

Čas izvedbe: 2015–2020

Nosilci: Občina, koordinacijska skupina.

Ukrep 2: Opredelitev in prioriteta ureditev glavnih kolesarskih tras

Prioritetno urediti glavne kolesarske trase, ki se navezujejo na sosednje regije.

Čas izvedbe: 2016

Nosilci: Občina.

Ukrep 3: Investiranje v infrastrukturo

Zagotoviti sistemska sredstva iz lokalnega, državnega in evropskega vira.

Čas izvedbe: 2015–2020

Nosilci: Občina.

Operativni cilj 2: Vzpostavitev primerne organizacijske strukture podpornega okolja

Ukrep 4: Vzpostavitev koordinacijske strukture za razvoj turističnega produkta kolesarjenja

Določiti oblike, naloge in načine vključevanja deležnikov ter njihovo financiranje.

Čas izvedbe: 2016

Nosilci: Občina.

Ukrep 5: Povečanje števila specializiranih kolesarskih namestitev in oblikovanje verige ponudnikov

Spodbujati ponudnike k razvoju kolesarjem prijazne ponudbe in razvoj mreže ponudnikov kolesarskih storitev (ponudniki namestitev, ponudniki gostinskih storitev, informacijske točke, ponudniki servisnih storitev).

Čas izvedbe: 2016–2017

Nosilci: Občina, koordinacijska skupina

Operativni cilj 3: Zasnova prioriteten razvojnih projektov na področju kolesarstva

Ukrep 6: Priprava razvojnih projektov na področju kolesarstva

Vzpostaviti sodelovanje deležnikov v občini, regiji in v mednarodnem prostoru pri pripravi razvojnih projektov na področju kolesarjenja.

Čas izvedbe: 2015–2020

Nosilci: Občina.

Ukrep 7: Oblikovanje turističnih produktov

Oblikovanje turističnih produktov za vse segmente kolesarjenja.

Čas izvedbe: 2015–2020

Nosilci: Turistični ponudniki, občina, koordinacijska skupina, zunanji izvajalci.

Prioriteta 2: Dvig prepoznavnosti in povečanje števila kolesarskih turistov v občini Tržič

Operativni cilj 4: Izvedba trženjske strategije

Ukrep 8: Izdelava tiskovin

Oblikovanje promocijske in informativne brošure ter specializiranih zemljevidov.

Čas izvedbe: 2016

Nosilci: Občina, koordinacijska skupina, zunanji izvajalci.

Ukrep 9: Izdelava in diseminacija promocijskih materialov

Pridobitev GPS koordinat vseh navedenih kolesarskih tur, izdelava profilov, vodnikov, objava fotografskih materialov in kratkih filmov ipd.

Čas izvedbe: 2016–2017

Nosilci: Občina, koordinacijska skupina, zunanji izvajalci.

Operativni cilj 5: Organizacija kolesarskih dogodkov in podpora

Ukrep 10: Finančna in organizacijska podpora pri izvedbi dogodkov v destinaciji

Podpora že uveljavljenim kolesarskim dogodkom, kot je dogodek v Dirt parku Divjina (Red Bull Wild Ride), in razvoj novih dogodkov (Štiri koče).

Čas izvedbe: 2016–2020

Nosilci: občina, turistični ponudniki, koordinacijska skupina, zainteresirana javnost, zunanji izvajalci

Operativni cilj 6: Vzpostavitev prodajnih kanalov**Ukrep 11: Udeležba na specializiranih sejnih, borzah in podobnih dogodkih**

Udeležba na sejmih in dogodkih, namenjenih izbranim ciljnim segmentom.

Čas izvedbe: 2016–2020

Nosilci: Občina, turistični ponudniki, koordinacijska skupina.

Ukrep 12: Podpora oblikovanju lokalne turistične agencije

Lokalna turistična agencija bi nudila ves potreben servis kolesarjem, ki pridejo v destinacijo, sčasoma pa bi tudi sama pripeljala nove goste.

Čas izvedbe: 2016–2020

Nosilci: Občina, turistični ponudniki.

Ukrep 13: Organizacija študijskih tur za specializirane agencije in medije

Zagotovitev sredstev za organizacijo strokovnih tur v občini za specializirane agencije in medije.

Čas izvedbe: 2016–2020

Nosilci: Občina, koordinacijska skupina, zunanji izvajalci.

Operativni cilj 7: Vzpostavitev evidence o kolesarskih gostih v regiji**Ukrep 14: Vzpostavitev sistema za vodenje statistike kolesarskih gostov**

Vodenje segmentacije gostov na letni ravni pri institucijah in ponudnikih, članih združenja.

Čas izvedbe: 2016–2020

Nosilci: Občina, turistični ponudniki.

10.4. PREDLOG PRIORITETNIH RAZVOJNIH PROJEKTOV

Prioriteta 1: Razvoj kolesarske destinacije in kolesarskega produkta v občini Tržič

Projekt	Izdelava baze GPS sledi
Kratek opis:	S pomočjo lokalnih kolesarjev pridobiti GPS sledi vseh identificiranih 42 kolesarskih tras, ki so navedene v poglavju 9.3. INFRASTRUKTURA.
Ključni cilji:	Pridobitev kakovostne baze 42 kolesarskih tras.
Nosilec:	TPIC, delovna skupina.

Čas izvedbe:	Januar - maj 2016
Možen vir financiranja:	Občina.
Finančni vložek:	Se določi naknadno.

Projekt	Oblikovanje in financiranje operativne delovne skupine
Kratek opis:	Za namen koordinacije razvoja kolesarskega turizma v občini Tržič oblikovati operativno delovno skupino (koordinacijsko skupino), ki bo vodila razvoj kolesarskega turizma.
Ključni cilji:	Oblikovanje operativne delovne skupine.
Nosilec:	Občina.
Čas izvedbe:	Januar 2016
Možen vir financiranja:	Razpisi, občina.
Finančni vložek:	5.000 €

Projekt	Označitev ključnih tras
Kratek opis:	Označiti ključne kolesarske trase in postaviti informativne table, kar bo kolesarjem olajšalo navigacijo in dvignilo zavest o obstoju poti. Prioriteto imajo glavne kolesarske žile in najpomembnejše povezave nanje.
Ključni cilji:	Označitev glavnih kolesarskih žil.
Nosilec:	Operativna delovna skupina, občina.
Čas izvedbe:	2016 - 2017
Možen vir financiranja:	Razpisi, občina.

Finančni vložek:	20.000 €
------------------	----------

Projekt	Legalizacija izbranih enoslednic
Kratek opis:	Za kakovostno gorskokolesarsko izkušnjo v občini legalizirati ključne enoslednice iz poglavja "Infrastruktura" po načelu hitrih zmag – poskušati z legalizacijo tistih, kjer je postopek najhitrejši in najbolj realen.
Ključni cilji:	Legalizacija ključne infrastrukture.
Nosilec:	Operativna delovna skupina, občina.
Čas izvedbe:	2016 - 2018
Možen vir financiranja:	Občina.
Finančni vložek:	Se določi naknadno.

Projekt	Osveščanje, izobraževanje in specializacija lokalnih ponudnikov
Kratek opis:	Predstavitve prednosti kolesarskega turizma lokalnim ponudnikom ter motiviranje in izobraževanje za prilagoditev ponudbe.
Ključni cilji:	Specializacija ponudnikov turističnih storitev v občini.
Nosilec:	Operativna delovna skupina, občina.
Čas izvedbe:	2016 - 2017
Možen vir financiranja:	Razpisi, občina.
Finančni vložek:	1.000 €

Projekt	Zagotovitev kolesarjem prijaznega prevoza do občine Tržič
Kratek opis:	V sodelovanju s ponudniki javnega prevoza zagotoviti kolesarjem prijazen javni prevoz, na primer z nameščanjem nosilcev za kolesa na avtobuse. Takšna oprema bi pritegnila dodatno pozornost, saj bi bila edinstvena v Sloveniji.
Ključni cilji:	Zagotovitev kolesarju prijaznega prevoza.
Nosilec:	Občina.
Čas izvedbe:	2016
Možen vir financiranja:	Razpisi, občina.
Finančni vložek:	Se določi naknadno.

Prioriteta 2: Dvig prepoznavnosti in število kolesarskih turistov v občini Tržič

Projekt	Predstavitve kolesarske strategije in znamke širši javnosti
Kratek opis:	Predstavitve kolesarske strategije osredotočiti na prednosti kolesarskega turizma za lokalno okolje, predstavitev značilnosti kolesarjev, oblikovane kolesarske produkte, predvidene aktivnosti in znamko. Pri predstavitvi znamke predstaviti pomen močne znamke za destinacijo, ključne elemente znamke in aplikacijo vizualnih elementov v različne komunikacijske kanale.
Ključni cilji:	Zagotovitev lokalne podpore pri izvajanju strategije.
Nosilec:	Operativna delovna skupina.
Čas izvedbe:	1. četrletje 2016
Možen vir financiranja:	/
Finančni vložek:	/

Projekt	Izbira in registracija spletnih domen in profilov na socialnih omrežjih
Kratek opis:	Izbira domen za uradna spletna mesta in registracija profilov na socialnih omrežjih kot bistven element za zagotavljanje učinkovite izvedbe komunikacijske strategije.
Ključni cilji:	Vzpostavitev spletnih mest s socialnimi mediji.
Nosilec:	TPIC
Čas izvedbe:	1. četrtnje 2016
Možen vir financiranja:	Občina.
Finančni vložek:	100 €

Projekt	Oblikovanje baze multimedijskih vsebin
Kratek opis:	Izdelati digitalne in tiskane zemljevide in vodnike z natančnim popisom kolesarskih poti in izkušenj v občini.
Ključni cilji:	Izdelava vodnikov.
Nosilec:	TPIC, operativna delovna skupina, zunanji izvajalec.
Čas izvedbe:	2016
Možen vir financiranja:	Občina, razpisi.
Finančni vložek:	20.000 €

Projekt	Dopolnitev spletne strani z ustreznimi vsebinami
Kratek opis:	Posodobiti vsebine na spletni strani z novimi zemljevidi, GPS sledmi, podatki o lokalnih ponudnikih, kolesarskih vodnikih in podobnim. Vsebine ustrezno prilagoditi in dodati nove, predvsem multimedijske vsebine, vremensko napoved ... Poskrbeti tudi za redno osveževanje vsebin.

Ključni cilji:	Vsebinska dopolnitev spletne strani www.visit-trzic.si .
Nosilec:	TPIC, operativna delovna skupina.
Čas izvedbe:	2016
Možen vir financiranja:	/
Finančni vložek:	/

Projekt	Motiviranje lokalnih kolesarskih in športnih klubov za organizacijo kolesarskih dogodkov
Kratek opis:	Motivirati lokalne klube za organizacijo kolesarskih prireditev in poskrbeti za njihovo poenotenje na ravni občine. Poseben poudarek nameniti organizaciji lokalne kolesarske lige, vzdržljivostnega turnokolesarskega tekmovanja mimo štirih glavnih planinskih koč v občini (Dom pod Storžičem, Dobrča, Kofce, Šija) in prireditve za kolesarke.
Ključni cilji:	Izvedba večjega števila dogodkov.
Nosilec:	TPIC, občina.
Čas izvedbe:	2016 - 2017
Možen vir financiranja:	Občina, razpisi.
Finančni vložek:	10.000 €

Projekt	Prisotnost na specializiranih dogodkih v tujini
Kratek opis:	Nastopiti na specializiranih sejmih, borzah in preostalih promocijskih dogodkih v tujini.
Ključni cilji:	Predstavitve kolesarske ponudbe občine v tujini.
Nosilec:	TPIC

Čas izvedbe:	2016
Možen vir financiranja:	Občina, razpisi.
Finančni vložek:	3.000 €

Projekt	Ustvariti in voditi kampanje na socialnih omrežjih
Kratek opis:	Prek socialnih medijev dvigovati prepoznavnost destinacije in znamke, spodbujati trženje "od ust do ust", oblikovati virtualne kampanje in vzpostaviti dvosmerno komunikacijo s potencialnimi obiskovalci. Predlogi za aktivnosti na socialnih omrežjih: <ul style="list-style-type: none"> • Spodbuditi kolesarje, snemalce in fotografe k deljenju vsebin s kolesarjenja po občini (z nagovori, nagradnimi igrami ipd.). • Izdelati profesionalni video o kolesarski izkušnji v občini (dolžina 30 - 120 sekund) in ga objaviti na lastnem Youtube in Vimeo kanalu. • Spodbuditi lokalne kolesarje k deljenju kolesarskih izkušenj prek socialnih omrežij in vključevanju v razprave.
Ključni cilji:	Predstavitve kolesarske ponudbe občine v tujini.
Nosilec:	TPIC
Čas izvedbe:	2016
Možen vir financiranja:	Občina, razpisi.
Finančni vložek:	1.000 €

Projekt	Organizacija študijskih tur za medije in specializirane agencije
Kratek opis:	Organizirati študijske ture za medije in specializirane agencije iz tujine.
Ključni cilji:	Predstavitve kolesarske ponudbe občine v tujini.
Nosilec:	TPIC
Čas izvedbe:	2017
Možen vir financiranja:	Občina, razpisi.
Finančni vložek:	5.000 €

Projekt	Ozaveščanje kolesarjev in spodbujanje odgovornega vedenja
Kratek opis:	Na zabaven način osvestiti in podučiti kolesarje o odgovorni vožnji v naravnem okolju in srečevanju s preostalimi uporabniki poti prek različnih multimedijskih aktivnosti in aktivnosti na terenu.
Ključni cilji:	Postati odgovorna kolesarska destinacija.
Nosilec:	TPIC
Čas izvedbe:	2017
Možen vir financiranja:	Občina.
Finančni vložek:	1.000 €

Projekt	Organizacija regijske konference o gorskem kolesarjenju
Kratek opis:	Organizirati konferenco, posvečeno razvoju gorskega kolesarskega produkta, in s tem prevzeti koordinacijo in vodenje gorskega kolesarjenja v regiji.
Ključni cilji:	Postati vodilna občina v regiji pri razvoju gorskega kolesarjenja.
Nosilec:	TPIC, operativna delovna skupina, zunanji izvajalec.

Čas izvedbe:	2016 - 2017
Možen vir financiranja:	Občina, razpis.
Finančni vložek:	5.000 €

Projekt	Postavitev panojev ob glavni vpadnici
Kratek opis:	Postaviti občestne panoje, ki komunicirajo kakovostne in epske kolesarske izkušnje ter opozarjajo mimoidoče na širok nabor kolesarskih priložnosti v občini.
Ključni cilji:	Opozarjanje kolesarjev ob ključni prometnici o kolesarski izkušnji v občini.
Nosilec:	TPIC
Čas izvedbe:	2016 - 2017
Možen vir financiranja:	Občina, razpis.
Finančni vložek:	Se določi naknadno.

Projekt	Vodene ture
Kratek opis:	Ponuditi brezplačne vodene ture po poteh v občini vsaj do vzpostavitve osnovnih oznak na terenu oziroma baze GPS sledi in primernih tiskovin.
Ključni cilji:	V najkrajšem času ponuditi kvalitetno olesarsko izkušnjo.
Nosilec:	Lokalni kolesarski klubi.
Čas izvedbe:	2. četrletje 2016
Možen vir financiranja:	Občina, razpis.
Finančni vložek:	Se določi naknadno.

11. LITERATURA IN VIRI

1. DRSC, (2012). Navodila za projektiranje kolesarskih poti.
2. Faulks, P., Ritchie, B., & Fluker, M. (2007). Cycle tourism in Australia an investigation into its size and scope. Gold Coast Campus: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
3. Idrijsko-Cerkljanska razvojna agencija d.o.o. (2015). Program razvoja turističnega produkta kolesarjenja v Severno Primorski (Goriški razvojni) regiji.
4. Konzorcij Odprimopoti.si, (2014). Pregled zakonodaje (2014), Najdeno 09.10.2015 na <http://odprimopoti.si/zakonodaja.htm>
5. RRA Koroška, (2014). Smernice za razvoj in označevanje kolesarskih povezav. Najdeno 17.11.2015 na: http://www.rrakoroska.si/files/20140604_elaborat_kolesarske_final.pdf
6. Sirše, J. (2005). Strategija razvoja turističnega proizvoda kolesarjenje v Sloveniji.
7. Slovenska turistična organizacija, (2005). Strategija razvoja turističnega proizvoda pohodniškega v Sloveniji,
8. SURS, (2015). Statistični podatki o turizmu. Najdeno 14.09.2015 na www.stat.si
9. World Tourism Organisation, (2007). A practical guide to tourism destination management. Madrid: WTO.

PRILOGE

PRILOGA 1: KATEGORIZACIJA IN OZNAČBE KOLESARSKIH POVEZAV (RRA KOROŠKA)

Vsak kolesarski znak mora vsebovati:

- puščico, ki nakazuje smer vožnje;
- slikovni znak cestnega ali gorskega kolesa;
- oznako kolesarske poti (D1, G1..);
- ime najbližjega pomembnejši kraja.

Primer tovrstne označbe:



Primer turistične signalizacije:



PRILOGA 2: ANKETA IZVEDENA MED OBSTOJEČIMI KOLESARJI

Spol

288 out of 288 people answered this question

1	Moški	230 / 80%
2	Ženska	58 / 20%

Regija iz katere prihajate

288 out of 288 people answered this question

1	Gorenjska	194 / 67%
2	Osrednjeslovenska	53 / 18%
3	S Primorska	11 / 4%
4	Savinjska	10 / 3%
5	J Primorska	6 / 2%
6	Jugovzhodna Slovenija	4 / 1%
7	Podravska	4 / 1%
8	Koroška	3 / 1%
9	Notranjska	2 / 1%
10	Zasavska	1 / 0%
11	Pomurska	0 / 0%
12	Posavska	0 / 0%

Šem:

288 out of 288 people answered this question

1	Turni kolesar	168 / 58%
2	Cestni kolesar	40 / 14%
3	Kolesar popotnik	34 / 12%
4	Gravitacijski kolesar	30 / 10%
5	Družinski kolesar	16 / 6%

Ali ste v zadnjem letu kolesarili v Občini Tržič?

288 out of 288 people answered this question

1	DA	238 / 83%
2	NE	50 / 17%

Zakaj ste obiskali Občino Tržič?

288 out of 288 people answered this question

1	Norova	165 / 58%
2	Blizina doma	151 / 54%
3	Puti za kolesarjenje	102 / 36%
4	Enostaven dostop	65 / 23%
5	Drugo	33 / 12%
6	Dodatna ponudba	17 / 6%

Na podlagi česa ste se odločili za kolesarjenje v Občini Tržič?

277 out of 288 people answered this question

1	Drugo	127 / 46%
2	Priporočilo prijateljev	126 / 45%
3	Spletna stran ali forum	31 / 11%
4	Kolesarsko medij	24 / 9%
5	Dogodki in prireditve	14 / 5%
6	Promocijski material Občine Tržič	3 / 1%

Kje ste kolesarili?

274 out of 288 people answered this question

1	Enoslednice in gozdne vlake	173 / 63%
2	Makadamske ceste	154 / 56%
3	Asfaltrane ceste	97 / 35%
4	Kolesarske steze	22 / 8%

Kako pogosto kolesarite v Občini Tržič?

276 out of 288 people answered this question



S kom ste kolesarili?

276 out of 288 people answered this question



Koliko časa traja vaš povprečen kolesarski izlet v Občini Tržič?

276 out of 288 people answered this question



Kako ste bili zadovoljni s kolesarsko izkušnjo v Občini Tržič?

274 out of 288 people answered this question

NPS: -15. Average: 5.74



Nezadovoljen

Zelo zadovoljen



Ali načrtujete nov kolesarski izlet v Občini Tržič?

278 out of 288 people answered this question



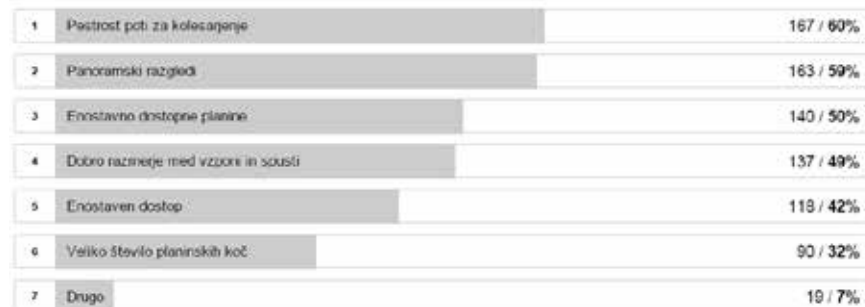
Ali ste kolesarjenje v Občini Tržič priporočili prijateljem?

277 out of 288 people answered this question



Katere pozitivne značilnosti bi pripisali kolesarski izkušnji v Občini Tržič?

278 out of 288 people answered this question



Katero negativno značilnost bi pripisali kolesarski izkušnji v Občini Tržič?

276 out of 288 people answered this question

1	Pomanjkanje specializirane ponudbe za kolesarje	89 / 32%
2	Slaba označenost poti	75 / 27%
3	Ni ustreznih poti za kolesarjenje	51 / 19%
4	Malo zemljevidov, GPS sledi, itd.	32 / 12%
5	Drugo	28 / 10%

Kako se Občina Tržič po vašem mnenju razlikuje od ostalih kolesarskih destinacij. Kaj menite da je v Občini Tržič edinstvenega?

270 out of 280 people answered this question

1	Enostavno dostopne planine	143 / 53%
2	Dobro razmerje med vzponi in spusti	131 / 49%
3	Veliko število planinskih koč	85 / 31%
4	Drugo	28 / 10%

Kakšno kolesarsko infrastrukturo in storitve bi radi videli v Občini Tržič ob ponovnem obisku?

280 out of 288 people answered this question

1	Mrežo eroslediac	144 / 51%
2	Označene ture po makadamskih cestah	72 / 26%
3	Asfaltirane kolesarske steze	29 / 10%
4	Proge za spust z organiziranim "shuttleom"	19 / 7%
5	Drugo	8 / 3%
6	Pumptrack	7 / 3%
7	Proge za spust z organiziranim	1 / 0%







Zavod Aliansa
Reška 17
1000 Ljubljana

W: enteralliance.com
E: info@enteralliance.com
T: +386 31 338 603