

AKTIVNI TURIZEM V NARAVI: PRIMER POHODNIŠTVA V SLOVENIJI

MIHA LESJAK,¹ TOMI ŠPINDLER²

¹ Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Turistica, Portorož, Slovenija
miha.lesjak@upr.si

² Univerza v Maribor, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija
tomi.spindler@um.si

Sinopsis Povezovanje športa in turizma predstavlja pomembno smer v razvoju sodobnega turizma. Športni turizem je s tem tudi pomemben člen razvoja slovenskega turizma, znotraj katerega igra pomembno vlogo aktivni turizem v naravi, v katerega lahko štejejo dejavnosti kot so smučanje in druge zimske aktivnosti, kolesarstvo, vodne aktivnosti, adrenalinska doživetja, aktivnosti v zraku in pohodništvo. Pohodništvo, ki predstavlja eno izmed najbolj množičnih aktivnosti v naravi, je v veliki meri razvito na območju Alp in s tem tudi Slovenije. V prispevku je opisan zgodovinski razvoj pohodništva ter vzpostavljanja planinske organizacije na slovenskem. Predstavljena je trenutna krovna organizacija na področju gornišstva v Sloveniji z vključeno statistiko gibanja števila članov v preteklih letih in opisom povezovanja s planinskimi organizacijami v Evropi. Ugotavljamo, da pohodništvo spada med najbolj priljubljene in dostopne športne vsebine in predstavlja pomemben element športnega turizma, še posebej aktivnega turizma v naravi. Pohodniški turizem predstavlja pomemben element v razvoju trajnostne in dostopne turistične ponudbe, ki obenem služi tudi kot spodbuda zdravemu načinu življenja tako turistov kot lokalnega prebivalstva.

Ključne besede:
športni turizem,
aktivni turizem,
turizem v naravi,
pohodništvo,
Slovenija

ACTIVE OUTDOOR TOURISM: THE CASE OF HIKING IN SLOVENIA

MIHA LESJAK,¹ TOMI ŠPINDLER²

¹ University of Primorska, Faculty of Tourism Studies Turistica, Portorož, Slovenia
miha.lesjak@upr.si

² University of Maribor, Faculty of Tourism, Brežice, Slovenia
tomi.spindler@um.si

Abstract Connecting sport and tourism is an important direction in the development of modern tourism. Sports tourism is thus an important part of the development of Slovenian tourism, within which active outdoor tourism plays an important role. It includes activities such as skiing and other winter activities, cycling, water activities, adrenaline experiences, air activities and hiking. Hiking, which is one of the most popular activities in nature, is largely developed in the Alps and thus in Slovenia. The chapter describes the historical development of hiking and the establishment of a mountaineering organization in Slovenia. The current umbrella organization in the field of mountaineering in Slovenia is presented, including statistics on the number of members in previous years and a description of the connection with mountaineering organizations in Europe. We find that hiking is one of the most popular and accessible sports contents and represents an important element of sports tourism, especially active outdoor tourism. Hiking tourism is an important element in the development of a sustainable and accessible tourist offer, which also serves as a promotion of a healthy lifestyle for both tourists and locals.

Keywords:
sports tourism,
active tourism,
outdoor tourism,
hiking,
Slovenia

1 Športni turizem

Tako šport, kot tudi turizem sta pojava, ki nimata poenotene definicije, imata pa veliko skupnega. Med drugim tudi to, da delita skupnega potrošnika, ki v mnogih pogledih v obeh dejavnostih išče samo izpolnitev, priložnost, spoznavanja drugih ljudi in kultur ter pridobivanja novih izkušenj. V primeru športa je poudarek bolj usmerjen k rezultatom, čeprav se zdi, da spremembe v zadnjih letih kažejo, da šport dobiva tudi dimenzijo »igre«, torej preprostih užitkov, ne glede na uspehe in rezultate. Turizem je na drugi strani usmerjen v zagotavljanje zadovoljstva in užitkov, novih izkušenj in trajnih spominov (UNWTO, 2001). Športni turizem, kot vrsta turizma danes predstavlja pomembno vlogo v svetovnem gospodarstvu, saj s svojim vplivom na svetovne turistične tokove postaja eden najhitreje rastočih segmentov turističnega sektorja (Higham in Hinch, 2018). Široko zasnovana definicija športnega turizma zajema potovanje oseb iz primarnega kraja bivanja z namenom sodelovanja v športni aktivnosti (rekreacijsko ali tekmovalno), obiska ali udeležbe športne prireditve (rekreativno ali profesionalno športno tekmovanje) in obiska športno-turistične atrakcije, ki predstavlja s športom povezano zapuščino (Gibson, Attle in Yiannakis, 1998, str. 53; Weed, 2009). Športni turizem torej predstavlja vrsto turizma, ki je primarno ali prevladujoče povezan s športnimi aktivnostmi (narava ali dvorana), športnimi prireditvami (aktivna udeležba in spremljanje), zgodovino športa destinacije (muzeji, stadioni, dvorane...) ter športnimi pripravami profesionalnih športnikov ter športnih kampov za otroke/mladino in amaterske športnike (Uran Maravić in drugi, 2015).

Področje športnega turizma tako vključuje potovanja, kjer se posameznik začasno oddalji iz svojega običajnega okolja z motivom (Uran Maravić in drugi, 2015):

- aktivne udeležbe v športu,
- gledanja oz. spremljanja športne prireditve ali aktivne udeležbe na športnem tekmovanju,
- obiska športno-turističnih znamenitosti povezanih z zgodovino športa ali
- športne priprave in športni kampi.

Športni turizem je v Nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji opredeljen kot »turizem za povpraševalce, ki imajo posebno zanimanje za turistične destinacije, kjer so lahko športno dejavni ali pa je šport zanje glavni motiv potovanja« (Resolucija o Nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji, 2014 - 2023, str. 48). Ob povezovanju z drugimi vrstami turizma športni turizem spodbuja gospodarski razvoj urbanih območij ter z vključevanjem izbranih deležnikov omogoča trajnostni razvoj turističnih destinacij.

Po podatkih STO, je turizem v Sloveniji hitro rastoča panoga. Turizem letno v bruto domači proizvod prispeva skoraj 13% delež (STO, 2019). Segment športnega turizma v Sloveniji pridobiva na tržni moči in podobno kot v drugih razvitih svetovnih turističnih destinacijah postaja pomemben del ponudbe turističnih aktivnosti za domače in tuje goste. Športni in turistični sektor s svojim povezovanjem oblikujeta športno turistično ponudbo Slovenije. Oblikovanje športno turističnih proizvodov predstavlja motiv za prihod športnih turistov. Športni turisti v času svoje bivanja na destinaciji koristijo športno turistične proizvode aktivnega preživljanja prostega časa v naravi ali v dvorani, obiska športne prireditve, športnega treninga oz. priprav športnikov in obiska znamenitosti povezane s športno nostalgijo. Slovenska turistična organizacija je s svojimi promocijskim sloganom Zelena. Aktivna. Zdrava., že pred leti nakazala na velik potencial razvoja športnega turizma v Sloveniji. V pretekli Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021, športni turizem (celoletni produkt za športne ekipe na pripravah, športni dogodki in športna prvenstva evropskega ali svetovnega formata) predstavlja pomemben dejavnik za razvoj te vrste turizma v Sloveniji. V povezovanju z aktivnostmi na prostem (celoletni aktivni športi v naravi, kot so kolesarjenje, pohodništvo, vodni športi, zračni športi, smučanje) slovenski turizem tako domačim kot tujim turistom ponuja številne možnosti »petzvezdičnih« doživetij povezanih s športom. Naravne danosti in tradicija povezana s športom in dobrim počutjem Slovenijo pozicionira kot državo, ki lahko različnim ciljnim skupinam turistov ponudi prilagojene butične turistične proizvode podprte z znanjem s področja zdravstva in kineziologije (MGRT, 2017).

Zaključimo lahko, da sta tako šport kot turizem kompleksna, vendar nepogrešljiva dejavnika moderne družbe. Zaradi novih potovalnih trendov je povezovanje obeh nujno potrebno za hiter in uspešen razvoj športnega turizma v Sloveniji.

2 Aktivni turizem v naravi

Spremembe, ki jih narekuje vse hitrejši življenjski tempo, vplivajo na posameznikov življenjski slog in odločitve, kako kakovostno preživeti prosti čas. Manj prostega časa za posameznika pomeni večje povpraševanje po kakovostnih oblikah ponudbe aktivnega turizma v naravi. Aktivni turizem v naravi zaradi svojih značilnosti in možnosti povezovanja z drugimi oblikami turizma postaja pomembna niša globalne in lokalne turistične ponudbe. Opredelimo ga lahko, kot »turistično dejavnost, ki vključuje fizično aktivnost, kulturno izmenjavo ali interakcijo z naravo«. Ključna motivacija pri odločitvi za aktivni oddih v naravi je povezana z dobrim počutjem in zdravjem, premagovanjem izzivov, zabavo, sproščanjem in pobegom pred vsakdanjim življenjem (Gross in Sand, 2019).

V dokumentu Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 (uporaba izraza »outdoor turizem») je zapisana vizija produkta »outdoor«, ki se glasi: »slovenski outdoor produkt je med najkonkurenčnejšimi v Evropi, temelji pa na izjemnih naravnih danostih, kakovostni infrastrukturi, trajnostnih poslovnih praksah ter odgovorni rabi naravnih in kulturnih danosti. Produkt ima velik vpliv na celostno podobo Slovenije kot zelene in aktivne destinacije.« (MGRT, 2017).

Konceptualizacija pojma aktivni turizem v naravi (ang. »adventure tourism, nature – based tourism in »outdoor tourism«) izhaja iz tujine (angleško govorečega sveta) in ima primarno trženjsko vrednost. Slovenija je turistično območje, kjer je splošni in strokovni jezik slovenščina, ki ne omogoča dobesedne primerne prevedbe izraza »outdoor«, saj označuje le lokacijo/kontekst, kjer se nekaj dogaja (»outdoor« – zunaj, na prostem oz. v naravi). Potrebno je torej poleg lokacije določiti še drugo ključno dimenzijo pojma, ki bo označevala, kaj se počne zunaj (ang. »outdoor«). Uporaba izraza aktivni turizem v naravi opredeljuje področje (ang. adventure tourism in nature – based tourism), torej aktivnosti (šport, rekreacija, sprostitev, itd), ki jih posameznik počne na prostem oz. v naravi (Lesjak in drugi, 2020)

V številnih svetovnih destinacijah, tako tudi v Sloveniji, se pojavlja veliko različnih oblik rekreacije in turističnih produktov, ki jim lahko pripišemo skupni izraz - aktivni turizem v naravi. Če omenimo le v Sloveniji najbolj razvite in priljubljene: pohodništvo, smučanje, kolesarjenje, rekreacija na divjih (npr. rafting) in mirnih vodah (npr. supanje), plezanje, jadralno padalstvo, druga zimska doživetja

(smučarski tek, turna smuka, krpljanje), adrenalinski parki in druge. Vse te oblike so povezane z naravo oz. se njihova izvedba dogaja v naravi zato bomo v namene tega poglavja uporabili izraz aktivni turizem v naravi. V strokovni in znanstveni literaturi se pogosto uporablja razlikovanje med »zahtevnimi« (ang. hard) in »lažjimi« (ang. soft) aktivnostmi. Lažje aktivnosti vključujejo manjšo stopnjo tveganja, fizičnega napora, zahtevanega znanja, pogosto je v ospredju doživljanje in spoznavanje narave (npr. lažje pohodništvo, družinsko/treking kolesarjenje, smučarski tek). Zahtevne aktivnosti prinašajo bolj enkratna (težje dostopna) doživetja, z večjo stopnjo nevarnosti, fizičnega napora in zahtevanega znanja (npr. smučanje, jadralno padalstvo, rafting na divjih vodah, gorsko kolesarjenje) (Lesjak in drugi, 2020).

Aktivni turizem v naravi (in širše ang. »adventure tourism« in »nature – based tourism«) je v zadnjih dveh desetletjih eden najhitreje rastočih sektorjev turističnega gospodarstva, z visokimi projekcijami nadaljnega razvoja. V primerjavi s povprečjem turističnega sektorja privablja potrošnike višjega dohodkovnega razreda in podpira lokalne dobaviteljske verige. Zaradi posebnosti športno turističnih produktov povezanih z naravo, tudi uspešneje uveljavlja načela trajnostnega razvoja (Lesjak in drugi, 2020). Razvoj aktivnega turizma v naravi ima posledično več pozitivnih učinkov na lokalno gospodarstvo in prebivalstvo ter trajnostni razvoj destinacij. Po ocenah Adventure Travel Trade Association (UNWTO, 2014) in Allied Market Research (Kumar in Deshmukh, 2021) je globalna vrednost aktivnega turizma v naravi med leti 2013 in 2018 zrasla iz 263 milijard dolarjev na 583 milijard dolarjev, ob ocenjeni 13,3 % povprečni letni rasti pa naj bi se do leta 2026 celo potrojila (preko 1600 milijard dolarjev). Več kot dve tretjini (69 %) mednarodnih turističnih prihodov vezanih na aktivni turizem v naravi izvira iz uveljavljenih in še vedno rastočih trgov Evrope, Severne in Južne Amerike (znotraj teh posebej iz območij, kjer je določena oblika rekreacije in ponudbe aktivnega turizma v naravi že razvita). Srednjeročno je pričakovati nadaljevanje rasti segmenta aktivnega turizma v naravi zaradi povečanja ekonomske in prometne dostopnosti in aktivnega življenjskega stila (Gross in Sand, 2019 v Lesjak in drugi, 2020).

Glavni produkti aktivnega turizma v naravi v Sloveniji, ki jih identificira Združenje Slovenia Outdoor GIZ so vezani na področne infrastrukturne pogoje, podporo krovnih športnih zvez in organizacij ter globalne turistične trende ponudbe in povpraševanja.

Skladno s trenutnim obsegom in potencialom za nadaljnji razvoj in trženje kot glavne produkte, v različnih razvojnih fazah navajamo sledeče (Združenje Slovenia Outdoor GIZ, 2020):

Smučanje in druge zimske aktivnosti (gorski centri) združujejo različne produkte aktivnega turizma v naravi, pri čemer je smiselno ločiti zimsko in poletno sezono. Smučanje je zrel turistični produkt, z razvito, a zastarelo infrastrukturo, zaradi naravnih in prostorskih omejitev ima v smislu obsega nizek potencial nadaljnjega razvoja. Večji potencial se kaže pri razvoju poletnih produktov aktivnega turizma v naravi, ki v primerjavi s konkurenčnimi destinacijami precej zaostajajo, so pa v fazi rasti: gorski kolesarski (MTB) parki, gorništvo, razgledišča, dogodki in dvig kakovosti dopolnilne ponudbe.

Kolesarstvo se kot turistični produkt razvija zadnji dve desetletji in je v zgodnji fazi razvoja. Zaradi trendov na strani povpraševanja in pokrajinskih značilnosti ima od vseh produktov (relativno) največji potencial nadaljnjega razvoja, še zlasti v segmentu gorskega, električnega, treking in cestnega kolesarstva.

Vodne aktivnosti zajemajo različne produkte na divjih (reke, soteske) in mirnih vodah (jezera, morje). Produkti na divjih vodah so v Julijskih Alpah (Soča) med najbolj prepoznavnimi in razvitimi produkti aktivnega turizma v naravi, z relativno omejenimi možnostmi rasti obsega, ne pa tudi kakovosti.

Adrenalinska doživetja predstavljajo aktivnosti, povezane z organiziranimi »adrenalinskimi« doživetji in pustolovščinami na posebej za to pripravljenih poligonih. Produkti, ki so za Slovenijo najbolj izpostavljeni so povezani s spusti po jeklenicah in aktivnostmi, ki jih ponujajo številni adrenalinski in pustolovski parki, ki navdušencem ponujajo adrenalinska doživetja.

Aktivnosti v zraku povezujemo s produkti jadralnega padalstva, zmajarstva, poletov z letalom in balonarstva. Najprivlačnejše destinacije, ki ponujajo aktivne »outdoor« užitke v zraku, so Dolina reke Soče, Bohinj in Vipavska dolina. Predvsem jadralno padalstvo vsako leto generira večji obisk aktivnih »outdoor« turistov v Dolini Soče in Vipavski dolini.

Pohodništvo ima v Sloveniji najdaljšo tradicijo, razvejano mrežo dobro urejenih pohodnih in planinskih poti ter planinskih koč. Strateško gledano bodo v prihodnje za razvoj pohodniškega turizma v Slovenije potrebne izboljšave na področju in pri urejanju in označevanju lokalnih in tematskih poti (izven markiranih planinskih poti), razvoju popularnih daljinskih pohodniških poti (npr. Alpe Adria trail, Juliana trail), nadaljnjem razvoju vodenih in organiziranih paketov zlasti za turiste z daljšo povprečno dobo bivanja v Sloveniji. Največ dela pa bo potrebnega pri dvigu kakovosti gostinske in nastanitvene ponudbe v planinskih kočah.

Med ostalimi sekundarnimi produkti aktivnega turizma v naravi velja izpostaviti še, golf, ribolov, jahanje in jamarstvo (Združenje Slovenia Outdoor GIZ, 2020).

3 Pohodništvo in turizem

Hoja je bistvena človeška dejavnost. Od osnovnega načina premikanja in aktivnosti prostega časa, do verskega dejanja, hoja služi kot pomembna filozofska, literarna in zgodovinska dejavnost. Hoja je bila sprejeta kot sredstvo za spodbujanje zdravja in dobrega počutja, povezovanja z naravo, izboljšanja življenja skupnosti in bolj trajnostnega potovanja. Tema hoje, morda razumljivo glede na njen pomen za človeka, sega v številne discipline, predvsem pa v družboslovje in humanistiko (Hall, Ram in Shoval, 2017). Gibanje in doživljanje človeka, ki hodi, imenujemo pohodništvo (velja predvsem za pohodništvo v naravi, ker narava potrebuje odzive človekove duševnosti, da jo je sploh možno doživljati na celovit način). Pohodništvo lahko delimo na tri glavne smeri: izletništvo, pohodništvo in gornišstvo. Vse navedene dejavnosti združujeta dve prvini: hoja in veselje do gibanja v naravi. Čeprav gre pri vseh treh v bistvu za isto dejavnost, pa med njimi obstajajo nekatere razlike in pomenski odtenki (Hosting d.o.o. in STO, 2005). Izletništvo, pohodništvo in gornišstvo spadajo med najbolj dostopne športne vsebine, prav tako pa jih uvrščamo v vrh športnih vrednostnih lestvic glede na biološko-zdravstveno vrednost (Kristan, 1993, str. 36).

Pojem pohodništva v prvi vrsti opisuje aktivnost hoje, ki se lahko izvaja v različnih okoljih in skozi vse leto. Zato pod pojmom pohodništvo v turističnem smislu ne razumemo le planinskih in hribovskih poti v naravi, temveč tudi vse tematske poti in druge pešpoti (sprehajalne, gozdne,...). Skupino tematskih poti sestavljajo npr. vinske poti, kulturne poti, orientacijske poti, kulinarične poti, geološke poti, gozdne

in druge učne poti ipd. Pohodništvo predstavlja eno najpomembnejših primarnih ali komplementarnih ponudb osnovni turistični ponudbi mnogih turističnih destinacij (Hosting d.o.o. in STO, 2005).

Dejavnosti aktivnega turizma v naravi (ang. nature - based tourism; adventure tourism) so postale temeljni produkt številnih turističnih destinacij. Pohodništvo, ki je znano kot lažja aktivnost (ang. soft) aktivnega turizma v naravi (Bichler in Peters, 2020), predstavlja primerno aktivnost za vključitev v kontekst turizma, saj je že dolgo strateško razvita športna in turistična dejavnost v mnogih državah (Rodrigues, Kastenholz in Rodrigues, 2010) in predstavlja pomemben produkt za številne turistične destinacije po svetu (Bichler in Peters, 2020). Pojem pohodništva, kot turističnega proizvoda, lahko definiramo kot športno in rekreativno aktivnost, ki temelji na hoji ter kot spoznavanje okolja in aktivno doživljanje raznovrstnosti kulturno-etnološkega bogastva pokrajine, na vnaprej določeni, urejeni in označeni trasi (Kastenholz in Rodrigues, 2007; Hosting d.o.o. in STO, 2005). Predstavlja enodnevno ali večdnevno aktivnost, povezano hojo s presledki za spoznavanje zanimivosti okolja (npr. transverzale, povezane tematske regijske poti, evropske peš poti...) (Hosting d.o.o. in STO, 2005). Pohodniški turizem je priljubljen med turisti, ki ne le radi hodijo, temveč jih zanima tudi narava in pristna lokalna doživetja. Hoja omogoča bolj neposreden stik z lokalnimi prebivalci, naravo in kulturo. Priljubljenost pohodniškega turizma izvira tudi iz potreb turistov po fizičnih in zdravih dejavnostih med potovanjem in iz vse večjega števila ljudi, ki si privoščijo aktivne počitnice (World Tourism Organisation, 2019). Pohodništvo kot turistična dejavnost kaže manj negativnih vplivov na okolje v primerjavi z drugimi dejavnostmi (Thongdejsri in Nitivattananon, 2019) in tako nudi možnost trajnostnega razvoja podeželja in dopolnjevanja različne turistične ponudbe. Omogoča oživitve dopolnilnih dejavnosti na kmetijah in pozitiven vpliv na vzpostavitev ugodnejših demografskih in gospodarskih trendov na obmejnih predelih države oziroma njenih drugih demografsko ogroženih predelih (Hosting d.o.o. in STO, 2005). Dodatno je pohodniški turizem lahko koristen tudi za zdravje in dobro počutje lokalnega prebivalstva. Zato je mogoče, kjer je to primerno, razvoj sprehajalnega turizma kombinirati z zdravstveno in socialno politiko destinacije. Večja udeležba prebivalcev pri aktivnostih povezanih s hojo povečuje možnosti za interakcijo med prebivalci in turisti, kar lahko vodi do večjega zadovoljstva turistov. Pohodniški turizem je prav tako lahko orodje, da lokalni prebivalci spoznajo lastno naravno in kulturno dediščino ter se vključijo v prizadevanja za ohranjanje le-te (World Tourism

Organisation, 2019). Spoznavanje lastne države in bližnje okolice je bilo še posebej spodbujano v času epidemioloških ukrepov v letu 2020 in 2021. Pohodništvo je bila tako še posebej priljubljena aktivnost v času omejitve gibanja med občinami, zaprtja športnih dvoran in fitness centrov, odsvetovanja adrenalinskih športov in spodbujanju zdravega načina življenja.

4 Pohodništvo v Sloveniji

Izletništvo, pohodništvo in gornišstvo štejejo torej v skupino aktivnosti v naravi (Kristan, 1993, str. 35) in predstavljajo neločljiv del slovenske narodne kulture, del psihološke podobe slovenskega naroda, del njegove identitete; predstavljajo kulturno dediščino in vrednoto (Kristan, 1993, str. 34). Slovenija ima odlične naravne pogoje za izvajanje teh aktivnosti, obenem pa gosto mrežo označenih poti (Kristan, 1993, str. 35).

Začetki pohodništva na slovenskem segajo daleč v zgodovino. Pred več kot 70.000 leti so se ledenodobni lovci ter nabiralci zelišč in sadov zatekali v jamo Potočka zijalka (1630 m) v Karavankah in Medvedovo jamo (1500 m) v Kamniško-Savinjskih Alpah. Prvi obiskovalci gora so bili še drvarji, iskalci rud in oglarji. Na vrhove so prvi splezali pastirji in lovci. Pri njihovih vzponih ni šlo za zavestno odkrivanje gorskega sveta, vzgibi pa tudi niso bili športne ali razvedrilne narave. Slovenske gore so začeli načrtno odkrivati šele naravoslovci v drugi polovici 18. stoletja, ki so ob pomoči pastirjev, lovcev in drugih domačinov začeli prodirati vedno više v gorski svet. Prvi poskus ustanovitve Slovenskega planinskega društva je bil leta 1872 v Srednji vasi v Bohinju. Kaplan Ivan Žan je dal pobudo za ustanovitev društva Triglavski prijatelji, vendar deželna vlada formalne ustanovitve društva ni dovolila (Zorn, 2011).

Leta 1874 je Nemško-avstrijsko planinsko društvo (DÖAV) v Ljubljani ustanovilo kranjsko sekcijo, ki jo je prva leta vodil Ottmar Bamberg. Začetno delovanje kranjske sekcije DÖAV je kmalu zamrlo, a so jo konec leta 1881 pod vodstvom Karla Dežmana obnovili. Društvo je postavljalo po kranjskih vrhovih nemške vpisne knjige, kažipote in planinske kočje. Odločilno pobudo za ustanovitev Slovenskega planinskega društva so dali Planinski piparji, družba ljubljanskih planincev, ki so vedno s seboj nosili pipe, vžigalice in tobak. Ustanovni občni zbor Slovenskega planinskega društva (SPD) je bil 27. 2. 1893 v gostilni pri Maliču v Ljubljani. SPD je do prve svetovne vojne zgradilo 37 planinskih postojank in zavetišč. Leta 1913 je

delovalo že 24 podružnic s 3385 člani. Pomembno vlogo v zgodovini planinstva je igrala tudi planinska literatura (Zorn, 2011).

Julijske Alpe so bile v dveh letih in pol, kolikor je trajala soška fronta, verjetno najbolj množično obiskane (več kot 600.000 vojakov), a žal ne prostovoljno. Po drugi svetovni vojni je bilo ustanovljeno Planinsko društvo Slovenije, ki je bilo vključeno v Fizkulturno zvezo Slovenije. 6. 6. 1948 so ustanovili Planinsko zvezo Slovenije (PZS). Istega leta je v Mojstrani nastala tudi Triglavska muzejska zbirka, prvi slovenski planinski muzej (Zorn, 2011).

Dolgotrajen proces specializacije gorskega turizma so poganjali ugodni pogoji razvoja. Zgodnja industrializacija dežel, ki obkrožajo Alpe, je razvijalcem omogočila vlaganje v objekte gorskega turizma za obiskovalce iz najbogatejših držav tistega časa. Naraščajoče premoženje prebivalstva je spodbudilo kulturo športnih aktivnosti za preživljanje prostega časa v gorah, kot so alpinizem, pohodništvo ali smučanje, ki so v teh državah postali zelo priljubljeni kot zaščitni znaki prefinjenega življenjskega sloga (UNWTO, 2018). Gorska območja so tako postala specializirani turistični sistemi, ki v poletni in zimski sezoni ponujajo dva različna strateška produkta za različne tržne segmente. Poleti so gorska območja prostor za športe na prostem, kot sta pohodništvo ali kolesarjenje, pozimi pa prevladuje smučanje (UNWTO, 2018). Turistične destinacije največ potenciala na področju športnega turizma vidijo v razvoju alpskega smučanja, pohodništva, navtičnega turizma in jadranja, raftinga, kajakaštva, kanuja, ribištva in adrenalinskih športov (PZS, 2021a). Pohodništvo pri tem v Sloveniji predstavlja najbolj množično aktivnost v gorah v poletnem času.

V Sloveniji, ki nudi odlične pogoje za pohodništvo, beležimo 10.045 km planinskih poti, za katere skrbi 196 planinskih društev. Planinske poti urejajo in markirajo markacisti prostovoljci. Poleg rutinskih pregledov, markiranja in čiščenja poti, se morajo občasno spopasti z raznimi ujmami. Med najbolj odmevnimi je bil žledolom, dokaj pogoste so tudi (hudourniške) poplave, zaradi katerih so občasno potrebne tudi tehnično zahtevnejše akcije. Planinska društva vzdržujejo tudi 80 veznih planinskih poti – obhodnic, za katere prav tako skrbijo usposobljeni markacisti Planinske zveze Slovenije (PZS, 2021a).

Planinske poti so vpisane v register planinskih poti, zanj pa skrbi strokovna služba PZS. Na podlagi katastra planinskih poti je pripravljen tudi vmesnik za prikaz poti na Geopedii, kar je lahko pripomoček za pripravo na turo. Podatke s terena stalno posodablja prostovoljci planinskih društev. Nekateri zemljevidi Planinske zveze Slovenije so na voljo tudi v aplikaciji Locus Map, preko katere si jih pohodniki lahko naložijo na svoj pametni telefon (PZS, 2021a).

Slovenska posebnost so tudi planinske obhodnice. Med slovenskimi obiskovalci gora je najbolj prepoznavna Slovenska planinska pot, ki se prične v Mariboru in poteka čez Pohorje in se preko Kamniško-Savinjskih Alp, Karavank, Julijskih Alp ter predalpskih hribovij spusti na Kras ter se konča na Debelem rtiču ob Jadranskem morju. Označena je s splošno oznako planinskih poti v Sloveniji - s Knafelčevo markacijo (rdeč krog z belo piko) in dodano številko 1. Slovenska planinska pot je s svojim nastankom vzpodbudila tudi nastajanje drugih planinskih obhodnic, ki se danes množično razprostirajo po celi Sloveniji (PZS, 2021b). Je najdaljša in najbolj priljubljena vezna pot v Sloveniji ter ena najstarejših v Evropi in na svetu. Po njenem zgledu so se podobne poti uveljavile tudi drugod po svetu. Nastala je na pobudo Ivana Šumljaka, idejnega in operativnega snovalca. Šumljak jo je sprva imenoval magistrala, a je že ob odprtju leta 1953 dobila ime Slovenska planinska transverzala, ki se je nato leta 1991 preimenovala v Slovensko planinsko pot. Slovensko planinsko pot dopolnjuje Razširjena Slovenska planinska pot (40 točk), ki nas popelje po ostalih zanimivih delih Slovenije (PZS, 2021b).

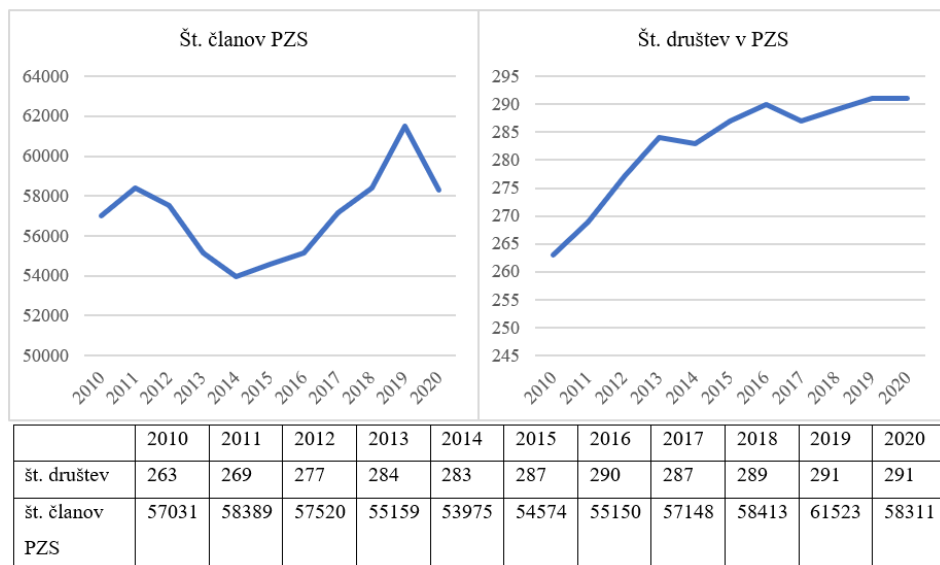
Pohodništvo tako predstavlja pomembno športno in turistično aktivnost v Sloveniji. V Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2022 je na nacionalni ravni identificiranih deset vodilnih (primarnih) turističnih produktov, ki so opredeljeni kot vodilni v posameznih izkustvenih makro destinacijah. Izmed teh produktov sta dva še posebej povezana s pohodništvom. Prvi produkt je poimenovan Počitnice v gorah in »outdoor«, katerega vizija je, da »posodobljena turistična infrastruktura omogoča celoletne počitnice v gorah, z odlično izkušnjo obiskovalcev in raznoliko ponudbo aktivnih doživetij v naravi (outdoor), ki so lahko dostopna in zadovoljujejo potrebe zahtevnega obiskovalca. Ta produkt močno vpliva na celostno podobo Slovenije kot butične in aktivne destinacije z visoko dodano vrednostjo.« (MGRT, 2017).

Ključni ukrepi, ki so omenjeni pri tem produktu so: zasnova hotelov in turističnih naselij visoke in luksuzne kategorije (greenfield in brownfield naložbe); posodobiti in razširiti sistem žičniške infrastrukture; prenova sistema managementa žičniške infrastrukture; nadaljnje nadgradnje outdoor infrastrukture (kolesarske poti, pohodniške poti, poenotenje označevanja, vzdrževanje in sistem financiranja, zanimive in inovativne razgledne točke itd.); inovativna interpretacija (razvoj panoramskih poti, interpretacijskih centrov) (MGRT, 2017).

Strategija prav tako zajema ureditev sistema tematskih pohodnih poti. V Sloveniji ločimo planinske in tematske poti (te so lahko športnorekreativne poti, poti na temo narave ali kulturno-etnološke poti). V Sloveniji so planinske poti zakonsko urejene z Zakonom o planinskih poteh (z več podzakonskimi akti). Slovenske planinske poti so dobro označene, saj velja sistem označevanja planinskih poti, ki se izogiba pritrjevanju velikih usmerjevalnih tabel na drevesa ali skale. Za poti ki niso označene, je mogoče najeti licenciranega vodnika za pot po njih. Zakonsko področje označevanja planinskih poti je torej ustrezno urejeno, ni pa urejeno financiranje vzdrževanja planinskih poti (MGRT, 2017).

V strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2022 je ugotovljeno, da je potreben pregled in evidentiranje različnih tematskih pohodnih poti (vinskih, spominskih, kulturnih, romarskih). Prav tako je potrebno urediti okvirna izhodišča označevanja poti. Na področju planinskih poti je treba na osnovi proučenih primerov na področju tematskih pohodnih poti pripraviti osnove za možne modele financiranja planinskih poti. Izziv predstavlja tudi večje črpanje sredstev za naložbe v turistično infrastrukturo, med drugim tudi pohodniške poti (MGRT, 2017).

Na ravni Slovenije krovno planinsko organizacijo predstavlja Planinska zveza Slovenije, katere načela delovanja so: celovito planinstvo in njegova promocija; usmerjenost k društvom; usposabljanje obiskovalcev gora in urejanje planinske infrastrukture za varnejše gibanje v gorah; varovanje gorske narave; strokovnost in sodelovanje; preglednost delovanja in vključevanje javnosti v sprejemanje odločitev. Planinska zveza Slovenije (PZS) spada med najbolj množične nevladne in prostovoljske organizacije v Sloveniji in je obenem najbolj množična športna organizacija (PZS, 2021c). Prikaz števila planinskih društev in članov Planinske zveze Slovenije od leta 2010 do 2020 lahko vidimo na sliki 1.



Slika 1: Statistika PZS

Vir: PZS, 2021c.

Iz statistike je razvidno, da je število društev od leta 2010 do 2020 naraščalo, pri čemer beležimo manjši padec števila le v letih 2014 in 2017. V letu 2020 ni bilo spremembe glede na prejšnje leto. Opazimo tudi precejšen porast števila društev od leta 2011 do leta 2013, pri čemer v teh letih beležimo izrazit padec števila članov PZS. Število članov je nato od leta 2014 do 2019 naraščalo. Izrazit padec v številu članov beležimo v letu 2020, kar lahko povežemo z epidemiološkimi ukrepi, ki so veljali v tem letu (zaprtje koč, omejitve gibanja med občinami).

Planinska zveza Slovenije se povezuje tudi na ravni Evrope, kjer osem vodilnih planinskih organizacij v državah na območju Alp, med katerimi je tudi PZS, tesneje sodeluje že od leta 1995. Iz sprva neformalne oblike sodelovanja je leta 2004 nastalo formalno Združenje planinskih organizacij alpskega loka (Club Arc Alpin - CAA). CAA, ki preko svojih članic združuje preko 2 mio planincev, promovira planinstvo ter skrbi za izmenjevanje informacij in primerov dobre prakse med članicami. Na področju Alp koordinira in predstavlja skupne interese osmih planinskih organizacij na področju planinstva, varstva gorske narave ter urejanje alpskega prostora s poudarkom na sodelovanju v organih Alpske konvencije. Dejavnost združenja se v pretežni meri izvaja v: komisiji za kočje in poti, komisiji za planinske športe,

usposabljanje in varnost ter komisiji za varstvo narave in urejanje alpskega prostora (PZS, 2016).

5 Zaključek

Šport in turizem predstavljata pomembna dejavnika sodobne družbe. Učinkovito povezovanje teh dejavnikov lahko vodi v hiter in uspešen razvoj športnega turizma. Športne aktivnosti v naravi postajajo vse bolj pomemben element pri razvoju športnega turizma na turističnih destinacijah. Pohodništvo spada med najbolj priljubljene in dostopne športne vsebine in predstavlja eno izmed glavnih športnih aktivnosti v naravi. Obenem pohodništvo predstavlja pomemben element športnega turizma, še posebej aktivnega turizma v naravi. Pohodništvo kot turistični produkt lahko koristi turističnim destinacijam pri trajnostnem razvoju in lahko ublaži izrazito sezonskost destinacij. Pohodniški turizem lahko pripomore k razvoju podeželja in spodbujanju dopolnilne turistične dejavnosti na kmetijah. Prav tako lahko ta oblika turizma in športne aktivnosti pripomore k zdravju in boljšemu počutju lokalnega prebivalstva. Iz vidika turističnih destinacij tako ugotavljamo, da pohodniški turizem predstavlja pomemben člen v razvoju trajnostno naravnane in dostopne turistične ponudbe, ki obenem služi tudi kot spodbuda zdravemu načinu življenja lokalnega prebivalstva. Slovenija skozi naravne danosti, bogato zgodovino pohodništva, organiziranost aktivnosti in načrti za spodbujanje pohodništva nudi ugodne pogoje za razvoj te vrste turizma. Obenem pa je za optimalen razvoj pohodniškega turizma pomembno tudi povezovanje Slovenije z organizacijami v Evropi, ki se ukvarjajo z podobno tematiko, saj lahko s tem spodbudimo trajnostno turistično ponudbo in povezovanje te ponudbe tudi izven meja Slovenije.

Literatura in viri

- Bichler, B. F. in Peters, M. (2020). Soft adventure motivation: an exploratory study of hiking tourism. *Tourism Review*, 76(2), 473–488.
- Gibson, H., Attle, S. in Yiannakis, A. (1998). Segmentation the active sport tourist market: a life span prospective. *Journal of vocation marketing*, 4(1), 52–64.
- Gross, S. in Sand, M. (2019). Adventure tourism: A perspective paper. *Tourism review*, 75(1), 153–157.
- Hall, C. M., Ram, Y. in Shoval, N. (ur.). (2017). *The Routledge international handbook of walking*. London, UK: Routledge.
- Higham J. in Hinch, T. (2018). *Sport tourism development*. Bristol: Channel View Publications.
- Hosting d.o.o. in STO. (2005). *Strategija razvoja turističnega proizvoda pohodništva v Sloveniji*. Pridobljeno iz http://www.slovenia.info/pictures%5CCTB_board%5Catachments_1%5C2007%5Cpohodni_stvo_koncni_dokument,_3743_5118.pdf, 25. 11. 2021.

- Kastenholz, E. in Rodrigues, Á. (2007). Discussing the potential benefits of hiking tourism in Portugal. *Anatolia*, 18(1), 5–21.
- Kristan, S. (1993). *V gore: izletništvo, pohodništvo, gorništv*. Radovljica: Didakta.
- Kumar, S. in Deshmukh, R. (2021). *Adventure Tourism Market by Type (Hard, Soft, and Others), Activity (Land-Based Activity, Water-Based Activity, and Air-Based Activity), Type of Traveler (Solo, Friends/Group, Couple, and Family), Age Group (30 Years, 30–41 Years, 42–49 Years, and 50 Years & Above), and Sales Channel (Travel Agents, and Direct): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2021–2028*. Pridobljeno iz <https://www.alliedmarketresearch.com/adventure-tourism-market>, 10. 12. 2021.
- Lesjak, M., Uran Maravič, M., Juvan, E., Vranješ, M., Čeha, S. in Potisek, V. (2020). *Operativni načrt srednjeročnega razvoja produkta »outdoor« turizma v Sloveniji*. Aktivna Slovenija/Slovenia Outdoor giz.
- MGRIT (2017). *Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.
- PZS – Planinska zveza Slovenije (2016). *Varno pohodništvo in planinarjenje*. Pridobljeno iz <https://www.pzs.si/javno/dokumenti/pzs%20letak%20caa%20varno%20pohodnis%CC%8Ctvo%20in%20planinarjenje%20ok.pdf>, 22. 11. 2021.
- PZS – Planinska zveza Slovenije (2021a). *Stanje poti*. Pridobljeno iz <https://stanje-poti.pzs.si/>, 22. 11. 2021.
- PZS – Planinska zveza Slovenije (2021b). *Slovenska planinska pot*. Pridobljeno iz <https://www.pzs.si/vsebina.php?pid=58>, 23. 11. 2021.
- PZS – Planinska zveza Slovenije (2021c). *Letopis PZS*. Pridobljeno iz <https://www.pzs.si/vsebina.php?pid=181>, 1. 12. 2021.
- Resolucija o Nacionalnem programu športa v Republiki Sloveniji za obdobje 2014–2023. Uradni list RS, št. 26/14.
- Rodrigues, Á., Kastenholz, E. in Rodrigues, A. (2010). Hiking as a relevant wellness activity—results of an exploratory study of hiking tourists in Portugal applied to a rural tourism project. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 331–343.
- Thongdejsri, M. in Nitivattananon, V. (2019). Assessing impacts of implementing low-carbon tourism program for sustainable tourism in a world heritage city. *Tourism Review*, 74(2), 216–234.
- UNWTO (2001). *Tourism 2020 Vision: Global Forecasts and Profiles of Market Segments*. World Tourism Organization: Madrid.
- UNWTO (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. Madrid: UNWTO in Adventure Travel Trade Association.
- UNWTO (2018). *Sustainable Mountain Tourism – Opportunities for Local Communities, Executive Summary*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO (2019). *Walking Tourism – Promoting Regional Development, Executive Summary*. Madrid: UNWTO.
- Uran Maravič, M., Bednarik, J., Pišot, R., Sedmak, M., Lesjak, M. in Rameša, M. (2015). *Analiza športnega turizma v Sloveniji*. Ljubljana: SPIRIT Slovenija, javna agencija – Sektor za turizem.
- Weed, M. E. (2009) Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30(5), 615–628.
- Združenje Slovenia Outdoor GIZ (2020). *Slovenia Outdoor*. Pridobljeno iz <https://slovenia-outdoor.com>, 18. 12. 2020.
- Zorn, M. (2011). *Zgodovina planinstva in alpinizma doma in v svetu*. Ljubljana: Planinska šola, Planinska zveza Slovenije.