

Podjetniške priložnosti v kolesarskem turizmu

Uvod

Kolesarski turizem postaja pomemben del ponudbe aktivnega in trajnostnega turizma. Slovenija ima za njegov razvoj dobre pogoje: raznoliko pokrajino, dobre makadamske poti, naravne in kulturne znamenitosti ter vse več infrastrukture prilagojene za kolesarje. Vendar to samo po sebi še ne predstavlja turističnega produkta. Prava priložnost za podjetnike je v tem, kako obstoječe poti, naravne vrednote in lokalno ponudbo povezati v privlačna kolesarska doživetja z dodano vrednostjo.

Kolesarski turist ne išče nujno najdaljše ali najzahtevnejše poti. Zanima ga celotna izkušnja, najprej kje bo kolesaril in kaj bo na poti videl, nato kje bo prenočil, da bo primerno za njega in kolo ter nazadnje kje in kaj bo jedel. Prav zato se podjetniške priložnosti v kolesarskem turizmu pojavljajo na številnih področjih, od ustvarjanja kolesarskih doživetij in vodenih tur do specializiranih nastanitev.

Od kolesarske poti do turističnega doživetja

Prihodnost kolesarskega turizma ni v novih kolesarskih poteh, temveč v doživetjih, ki jih na njih ustvarimo. Podjetnik lahko obstoječo infrastrukturo uporabi kot osnovo za razvoj povsem novega turističnega produkta. Pri tem kolo ni cilj, ampak sredstvo za raziskovanje destinacije.

Velik potencial imajo tematske in doživljajske ture, kot na primer kulturne, naravoslovne, fotografske ali družinske in netekmovalni kolesarski dogodki. Kolesarsko doživetje lahko vključuje pokušino lokalnih izdelkov, ogled naravne ali kulturne znamenitosti ali srečanje z lokalnim prebivalcem. Tako nastane produkt, ki ga ne določajo zgolj kilometri, višinski metri in zahtevnost trase, temveč doživetje.

Dober primer takšnega pristopa je **Green Karst Trail**, bikepacking dogodek na območju Primorsko-notranjske regije, ki kolesarjenja ne postavlja v okvir tekmovanja, temveč v okvir doživetja. Udeleženci destinacijo raziskujejo samostojno po pripravljeni trasi, pri čemer niso v ospredju zgolj kilometri in čas, temveč pokrajina, naravne in kulturne znamenitosti, lokalna ponudba ter občutek raziskovanja. Kolo je tako sredstvo, s katerim obiskovalec destinacijo doživi na drugačen način. Primer kaže, kako lahko podjetnik iz značilnosti

lokalnega okolja, obstoječe infrastrukture in potreb kolesarjev po gibanju v naravi in doživetju oblikuje nov turistični produkt. Takšen pristop je mogoče razvijati v različnih slovenskih destinacijah, saj vsaka ponuja svoje posebnosti, ki jih je mogoče povezati v avtentično kolesarsko doživetje

Specializacija obstoječe nastanitve kot podjetniška priložnost

Hotel, apartma, turistična kmetija, kamp ali drug ponudnik nastanitve lahko svojo obstoječo ponudbo prilagodi potrebam kolesarjev in se tako specializira za to ciljno skupino.

V Sloveniji so specializirane nastanitve za kolesarje vključene v sistem **Slovenia Outdoor**. Poleg običajne kategorizacije z zvezdicami lahko pridobijo oznako od enega do petih koles, ki gostu sporoča obseg in kakovost storitev, prilagojenih kolesarjem. Med njimi so lahko varna hramba koles, prostor za osnovni servis, možnost pranja in sušenja opreme, informacije o poteh, GPS-podatki, kolesarski programi, vodniške storitve in različne oblike transferjev.

Za ponudnika je bistveno, da specializacija ni zgolj oznaka, ampak odgovor na konkretne potrebe gosta. Kolesar bo lažje izbral nastanitev, kjer ve, da lahko varno shrani kolo, opere opremo, dobi informacije o primernih trasah in po potrebi uredi servis ali prevoz. Takšna ponudba lahko poveča konkurenčnost nastanitve, izboljša njeno prepoznavnost med kolesarskimi gosti in ustvari možnosti za dodatne prihodke.

Nove možnosti: gravel, e-kolesa in bikepacking

Kolesarski turizem ni enoten trg. Različne skupine kolesarjev imajo različne potrebe, kar ustvarja prostor za specializirane produkte. Gravel in bikepacking sta na primer zanimiva za goste, ki želijo raziskovati manj prometne in makadamkse poti ter destinacijo doživeti bolj samostojno. E-kolesa pa omogočajo vključevanje v kolesarski turizem tudi obiskovalcem, ki sicer ne bi izbrali daljših in/ali zahtevnejših tras.

Podjetnik mora pri oblikovanju ponudbe najprej vedeti, kdo je njegov kupec in kakšne so njegove potrebe. Za posamezne ciljne skupine lahko tako razvije različne produkte: večdnevne gravel in/ali bikepacking ture, vodene kolesarske izlete, družinske kolesarske počitnice ali predloge poti za individualno raziskovanje. Pri tem je pomembno, da ne prodaja zgolj trase, ampak rešitev za celotno potovanje – od načrtovanja in navigacije do nastanitve, prehrane, prevoza prtljage in servisne podpore.

Povezovanje ponudbe

Kolesarski turist praviloma ne potrebuje ene same storitve, temveč kombinacijo različnih ponudb. Zato je ena pomembnejših podjetniških priložnosti povezovanje različnih ponudnikov. Nastanitev lahko svojo ponudbo nadgradi s sodelovanjem z restavracijami, kolesarskimi vodniki, servisi, ponudniki aktivnosti in lokalnimi proizvajalci hrane. Skupaj lahko oblikujejo celovit kolesarski produkt, ki ga posamezen ponudnik sam težko ustvari.

Pri tem je ključno dobro razumevanje ciljnega gosta/kolesarja. Podjetnik mora vedeti, katero potrebo rešuje, za kaj je gost pripravljen plačati in v čem je ponudba drugačna od konkurenčnih. Prav tu se pokaže bistvo podjetništva v kolesarskem turizmu: ne gre za to, da ponudimo še eno traso, ampak da ustvarimo razlog, zaradi katerega bo obiskovalec izbral naš produkt, in mu ponudimo doživetje, ki ga bo želel ponoviti oz. priporočiti drugim.

Zaključek

Kolesarski turizem ponuja podjetnikom številne možnosti, vendar potencial ni nujno v izdelavi novih poti in infrastrukture. To je pomembna osnova, vendar sama po sebi ne ustvarja dovolj visoke dodane vrednosti. Več priložnosti je v ustvarjanju kakovostnih, avtentičnih in specializiranih doživetij, ki kolesarjenje povežejo z naravo, kulturo, lokalno ponudbo in ljudmi.

Za podjetnika to pomeni, da mu ni treba vedno iskati popolnoma nove poslovne ideje. Lahko izhaja iz tega, kar destinacija že ima, ter obstoječe vire in znanje poveže na nov način.

Kolesarska pot je infrastruktura, turistični produkt pa postane takrat, ko ji dodamo zgodbo, storitev, doživetje in vrednost, za katero je gost pripravljen plačati. Prav v tem je ena največjih podjetniških priložnosti kolesarskega turizma v Sloveniji.

Avtorica:

Nataša Kocjančič

SPOT podjetniška mentorica

Avgust, 2026

Viri

- Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport: *Strategija slovenskega turizma 2022–2028*.
- Slovenia Outdoor: *Specializirane nastanitve za kolesarje*.
- Slovenska turistična organizacija: *Kolesarski turizem*.