

STRATEGIJA  
RAZVOJA  
TURIZMA  
**DESTINACIJE  
KOČEVSKO**

2026-2036

WILD.  
BUT  
NICE.

**PRIPRAVILA: PROF. DR. MAJA URAN MARAVIČ**  
IN PROJEKTA SKUPINA UNIVERZE NA PRIMORSKEM,  
FAKULTETA ZA TURISTIČNE ŠTUDIJE TURISTICA PORTOROŽ  
V SODELOVANJU Z ZAVODOM KOČEVSKO

KOČEVJE, FEBRUAR-OKTOBER 2025

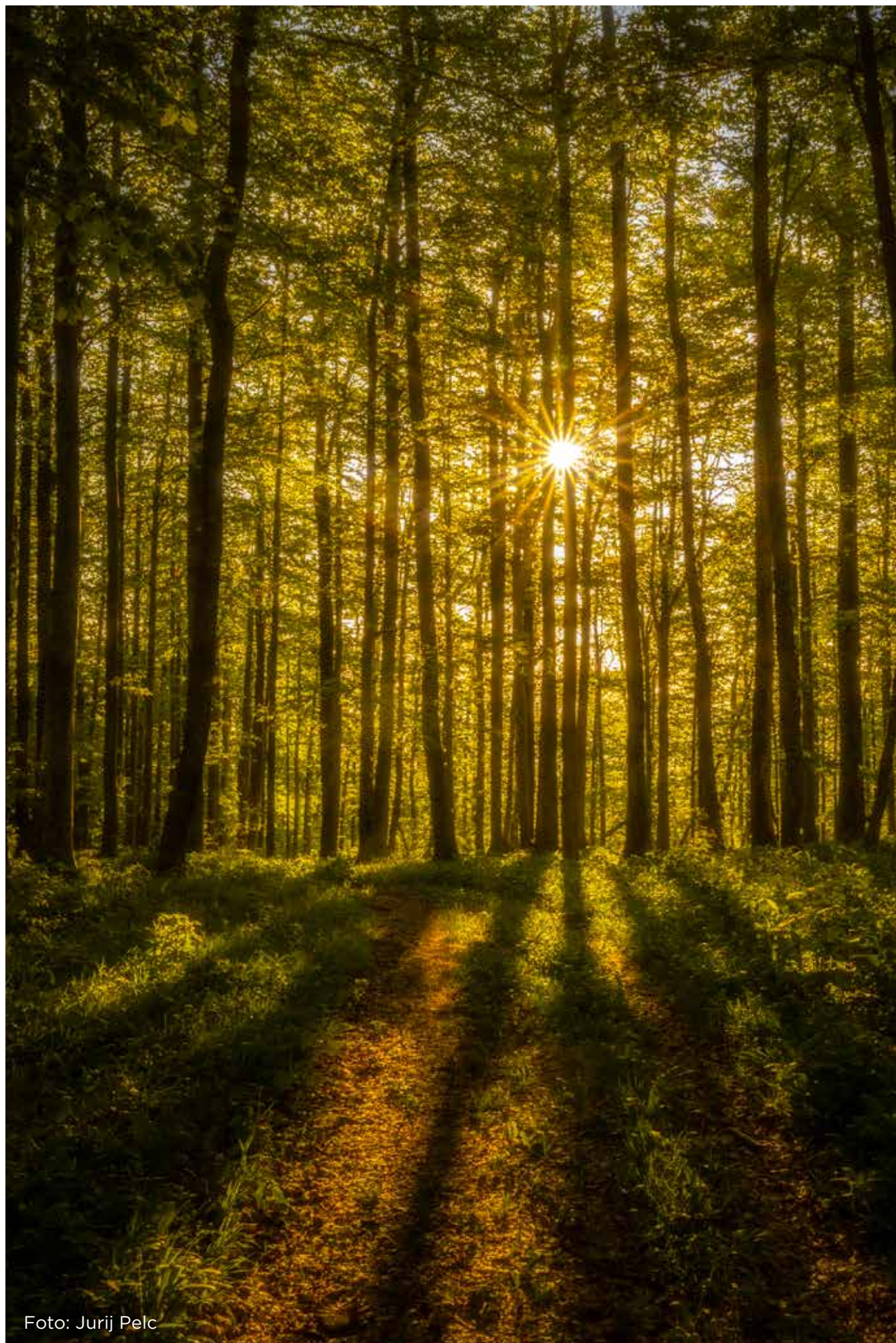


Foto: Jurij Pelc





## Uvodni nagovor župana Občine Kočevje

Spoštovani občani, občanke in soustvarjalci destinacije Kočevsko,

vstopamo v novo strateško obdobje z jasno vizijo – razvijati turizem, ki temelji na spoštovanju naravne in kulturne dediščine. Pred nami je Strategija razvoja turizma turistične destinacije Kočevsko 2026 2036, ki predstavlja pomemben korak k dolgoročnemu, trajnostnemu in kakovostnemu razvoju našega območja.

Kočevsko ni več le tranzitna destinacija. Vse več obiskovalcev si jo zavestno izbere za oddih, umik od vsakdanjega tempa, stik z naravo in trenutke miru – tudi za več dni. Kočevsko ponuja še več kot to, zato opažamo, da se številni gostje tudi vračajo. V času, ko ljudje živijo obdani z betonom in pločevino v naglici in gneči vsakdanjika, je Kočevsko postalo prostor, kjer se lahko ponovno povežejo sami s seboj. To je naša prednost in naša odgovornost.

Naravne danosti Kočevskega – obsežni gozdovi, pragozdni ostanki, reka Kolpa in Rudniško jezero – skupaj z bogato kulturno dediščino, ki sega od grajskih kompleksov do zgodovinskih dogodkov nacionalnega pomena, z desetinami kilometrov pohodniških in treking poti predstavljajo neprecenljivo podlago za nadaljnji razvoj turizma. Za več obiskovalcev, a takšnih, ki vrednost narave, miru in tišine znajo ceniti.

Znamka Kočevsko – Skrivnostni gozd Slovenije je v zadnjih letih postala ena najbolj prepoznavnih turističnih zgodb v Sloveniji. Z njo smo uspešno utrdili identiteto destinacije, ki temelji na gozdu, tišini in pristnosti. V prihodnjih letih jo bomo še naprej razvijali – vsebinsko in doživljajsko, pri čemer bo imel še naprej ključno vlogo Zavod Kočevsko, ki deluje kot gonilna sila razvoja, povezovanja in promocije destinacije. To se kaže v tem, da je Kočevsko danes prepoznavna in ambiciozna turistična destinacija, ki je pritegnila kar nekaj radovednih pogledov številnih turističnih strategov v Sloveniji in širše.

Zavod Kočevsko bo tudi v prihodnje imel osrednjo vlogo pri usklajevanju deležnikov, razvoju produktov in zagotavljanju kakovosti. Vendar uresničevanje politik in ukrepov, navedenih v strategiji, ni odvisno le od Zavoda; zato želim posebej poudariti tudi pomembno vlogo lokalnih ponudnikov, ki jim je strategija prvenstveno namenjena. V zadnjih letih so naredili viden korak naprej in se aktivno vključili v soustvarjanje kakovostne turistične ponudbe v obliki nastanitev, edinstvenih doživetij in kulinarike, kar je ključno za uspeh celotne strategije. Ravno zato bi si najbolj želel, da se ponudba še naprej razvija izhajajoč iz ustvarjalcev in ponudnikov samih, da se jim pridružujejo tudi novi ter da občina skupaj s svojimi institucijami, z Javnim zavodom za turizem in kulturo na čelu, ustvarja ugodno okolje za rast kapacitet in ponudbe. Prostora za razvoj je še veliko, vendar se pomikamo v pravo smer.

Zahvaljujem se vsem, ki so kakor koli prispevali k nastanku strategije in vanjo vložili veliko energije. Verjamem, da bomo z odgovornim pristopom in skupnimi prizadevanji Kočevsko še naprej razvijali kot zgled trajnostne turistične destinacije, ki bo s svojim odmikom v naravo postajala vedno večje narodovo bogastvo.

**Gregor Košir**

Župan Občine Kočevje





Foto: Jošt Gantar





## Uvodni nagovor županje Občine Kostel

Spoštovane občanke in občani, spoštovani partnerji, obiskovalci in prijatelji Kostela,

z velikim ponosom vstopamo v novo desetletje razvoja turizma, ki ga zaznamuje odgovornost do narave, kulturne dediščine in prihodnjih generacij. Strategija razvoja turizma destinacije Kočevsko 2026 2036 pomeni pomemben mejnik tudi za naš Kostel, kraj neokrnjenih gozdov, mogočnih sten in grajskega kompleksa nad reko Kolpo, bogate dediščine in toplih ljudi.

V Kostelu verjamemo, da je prihodnost turizma v spoštovanju prostora, v sodelovanju in razumevanju, saj pristnost in mir postajata redkost, ki jo svet vse bolj ceni. Naš turizem se ne meri v številkah, temveč v kakovosti doživetij, v trenutkih, ko obiskovalec začuti povezanost z naravo, dediščino in domačini, ki iskreno in predano delimo zgodbo našega kraja.

Kostel s svojo lego ob Kolpi, drugim največjim grajskim kompleksom v Sloveniji, edinstvenimi naravnimi danostmi in bogato kulturno zgodovino ponuja neizčrpne priložnosti za razvoj butičnega, trajnostnega turizma. To je prostor, kjer reka, gozd in kamen pripovedujejo zgodbe časa, kjer se tradicija in sodobnost srečujeta v ustvarjalnosti naših ponudnikov, umetnikov in domačinov.

Ponosna sem, da Kostel vse bolj prepoznava svojo identiteto, ki jo z Občino Kočevje povezujemo v enotno zgodbo destinacije Kočevsko. Naši obiskovalci meja med občinama ne občutijo. Doživijo le naravo, mir in iskreno gostoljubje, ki nas povezuje. Prav zato si bomo še naprej prizadevali za tesno sodelovanje, za razvoj skupnih projektov in produktov, ki bodo krepili našo prepoznavnost ter omogočili gospodarski in družbeni razvoj ob spoštovanju okolja.

Zahvaljujem se vsem, ki so sodelovali pri pripravi strategije: strokovni ekipi, Zavodu Kočevsko in vsem lokalnim deležnikom. Posebna zahvala gre našim ponudnikom, ki s trdom, srčnostjo in vztrajnostjo gradijo temelje turizma v Kostelu. Vaša ustvarjalnost in predanost dokazujeta, da imamo na tem prostoru izjemen potencial, če stopamo skupaj, z jasno vizijo in skupnim ciljem.

Verjamem, da bomo s to strategijo Kostel utrdili kot prostor tišine, navdiha in povezovanja – kraj, kjer narava ostaja glavna vrednota, ljudje pa njeni skrbniki. Naj bo destinacija Kočevsko v prihodnjem desetletju še bolj odprta, zelena in živa za domačine, obiskovalce in prihodnje rodove.

**Nataša Turk**

Županja Občine Kostel



## ... ker izhajamo iz bistva Kočevskega ...

Kočevsko vstopa v novo desetletje razvoja turizma z jasnim zavedanjem o svoji edinstveni naravni in kulturni dediščini ter z odgovornostjo do prihodnjih generacij. Z velikim ponosom predstavljamo Strategijo razvoja turizma destinacije Kočevsko 2026–2036, ki je rezultat širokega sodelovanja, poglobljenih analiz in skupne vizije vseh ključnih deležnikov.

Naša destinacija je v zadnjih letih naredila pomemben premik: iz območja, ki je bilo dolgo skrito pred turizmom, smo zgradili prepoznavno zgodbo o skrivnostnem gozdu Slovenije in najbolj prvinskem gozdu Evrope. Gozd in voda ostajata osrednji identiteti Kočevsko, vse drugo – od nastanitev do kulinarike in doživetij – pa je kakovostna, trajnostna in uravnotežena ponudba, ki smo ji skozi leta postavili temelje in jih želimo nadgrajevati.

V tem strateškem obdobju še vedno zavestno dajemo prednost kakovosti in ne kvantiteti, butičnosti in ne množičnosti ter poglobljenim, odgovornejšim doživetjem in ne kratkim, hitrim obiskom. Naš cilj je ustvariti prostor tišine, regeneracije in učenja – temelj sodobnega naravnega in umirjenega turizma, ki spoštuje naravne danosti. V okviru destinacije Kočevsko prizadevamo preseči vse administrativne meje med občinama Kočevje in Kostel, ker jo gostje ne smejo niti občutiti. Želimo si enotnega razvoja in skupne zgodbe, ki temelji na sodelovanju in povezovanju vseh deležnikov.

Verjamemo, da je prihodnost turizma na Kočevskem v rokah vseh nas. Zato želimo, da so v ustvarjanje in razvoj turizma aktivno vključeni tudi prebivalci lokalne skupnosti. Kočevsko že danes velja za izredno gostoljubno okolje, a verjamem, da lahko le skupaj ustvarimo turizem, ki bo postal pomembna gospodarska panoga in priložnost za preživetje ter razvoj našega območja.

Strategija, ki je pred vami, je nastala v odprtem, vključujočem in podatkovno podprtem procesu. Vključili smo izkušnje preteklih let, analize stanja, delavnice z deležniki, poglobljene intervjuje in javno validacijo prioritet. Posebej ponosna sem, da smo v proces vključili tako lokalno skupnost kot strokovnjake, saj verjamem, da je uspeh turizma na Kočevskem mogoč le, če ga soustvarjamo skupaj.

Posebej želim izpostaviti tudi izjemno enotnost, timsko delo, povezanost in vrhunsko kreativnost ekipe Zavoda Kočevsko. Prav ta predanost in sodelovanje nam omogočata, da uresničujemo ambiciozne cilje in ustvarjamo inovativne turistične produkte, ki izstopajo v slovenskem in evropskem prostoru. Prepričana sem, da bomo z združenimi močmi, odprto komunikacijo in medsebojnim zaupanjem še naprej premikali meje mogočega ter Kočevsko postavljali na zemljevid najbolj pristnih in trajnostnih destinacij.

V prihodnjih letih bomo razvoj usmerjali v kakovostno in trajnostno rast, v razvoj butičnih nastanitev v naravi, v nadgradnjo kulinarčne ponudbe, v inovativna doživetja in v krepitev partnerstev. Zavod Kočevsko bo še naprej skrbel za usklajevanje, povezovanje in podporo vsem, ki verjamejo v vizijo zelene, odgovorne in avtentične destinacije.

Verjamem, da lahko Kočevsko tudi v prihodnje ostane prostor, kjer narava ni le kulisa, temveč glavni akter; kjer turizem ni hrupen, temveč tih; kjer prihodnost temelji na spoštovanju preteklosti in odgovornem oblikovanju sedanjosti. Skupaj ustvarjamo destinacijo, ki bo navdih in vzor za trajnostni razvoj – za nas, za naše goste in za prihodnje rodove.

**Vesna Malnar Memedović**  
Direktorica Zavoda Kočevsko

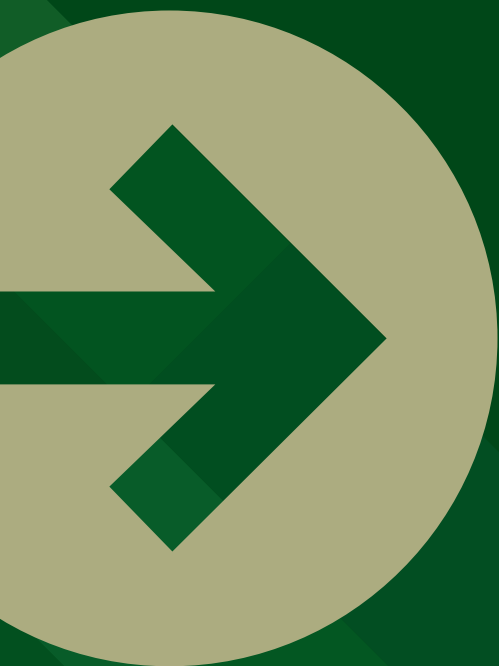


Foto: Kapele



# VSEBINA

|    |   |     |
|----|---|-----|
| 1. | <b>UVOD</b> .....   | 11  |
| 2. | <b>METODOLOGIJA IZDELAVE DOKUMENTA</b> .....                | 13  |
| 3. | <b>POVZETEK ANALIZE STANJA IZ PODLAG</b> .....              | 17  |
| 4. | <b>GLAVNI KONCEPT RAZVOJA IN VIZIJA</b> .....               | 27  |
|    | 4.1. RAZVOJ NARAVNEGA IN GOZDNEGA TURIZMA .....             | 29  |
|    | 4.2. DNK IN USP DESTINACIJE .....                           | 39  |
|    | 4.3. VIZIJA .....   | 56  |
|    | 4.4. CILJI .....  | 58  |
|    | 4.5. TIP PONUDBE IN CILJNE SKUPINE .....                    | 60  |
|    | 4.6. DELEŽNIKI RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI KOČEVSKO ..... | 68  |
| 5. | <b>URESNIČEVANJE STRATEGIJE</b> .....                       | 71  |
|    | 5.1. ANALIZA UKREPOV PREJŠNJE STRATEGIJE .....              | 72  |
|    | 5.2. VALIDACIJA NABORA BODOČIH UKREPOV .....                | 74  |
|    | 5.3. UKREPI ZA URESNIČEVANJE STRATEGIJE .....               | 81  |
| 6. | <b>PREDLOG AKCIJSKEGA NAČRTA ZA LETI 2026 IN 2027</b> ..... | 105 |
| 7. | <b>ZAKLJUČEK</b> .....                                      | 109 |
| 8. | <b>SEZNAM KRATIC</b> .....                                  | 111 |



**UVOD**

**WILD.  
BUT  
NICE.**



# 1. UVOD

**Kočevsko vstopa v novo strateško desetletje z jasno idejo: gradimo destinacijo, kjer sta gozd in voda osrednji identiteti,** vse drugo – nastanitve, kulinarika, interpretacija, doživetja – pa je kakovostna, trajnostna in uravnotežena sekundarna turistična ponudba, ki jo nadgrajuje. **To pomeni, da tudi v prihodnje dajemo prednost kakovosti pred kvantiteto, butičnosti pred množičnostjo ter poglobljenim, odgovornim doživetjem pred kratkimi obiski.** Ko k temu dodamo pragozdne ostanke, Kolpo in Rudniško (Kočevsko) jezero (Kočevsko - ime jezera je Rudniško jezero; v turizmu, zaradi prepoznavnosti in neposredne lokacijske umestitve uporabljamo ime Kočevsko) kot ene najčistejših vodnih zgodb v državi, dobimo celovit prostor tišine, regeneracije in učenja – temelj sodobnega naravnega in umirjenega turizma na Kočevskem.

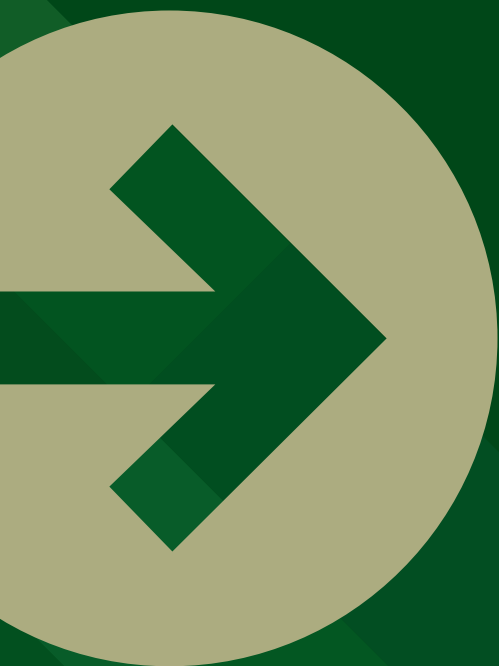
**V prvem delu dokumenta so strnjeno predstavljena analitična izhodišča iz Podlag za strategijo razvoja destinacije Kočevsko:** destinacija in njene prostorske ter naravovarstvene značilnosti, turistični promet, gostinska slika po občinah, glavni turistični produkti, vpogled v povpraševanje ter izkušnje iz dosedanjih strategij, zaokrožene s SWOTmatriko. Ta slika – od splošnega k posebnemu – je podlaga za utemeljeno odločanje v naslednjih poglavjih.

**Pristop k pripravi je bil večfazen, podatkovno podprt in vključujoč.** Najprej smo sistematično preverili, ali je smiselno nadaljevati ukrepe iz prejšnjega obdobja; sledili so delavnice in poglobljeni intervjuji z deležniki ter javna validacija prioritet. Na večini delavnic smo uporabili Mentimeter, s čimer sta bila omogočena anonimno, sprotno in transparentno zbiranje stališč ter sooblikovanje nabora 50 prioritetnih ukrepov.

**V osrednjem strateškem poglavju je opredeljen koncept »Gozd + voda« kot DNK destinacije** ter preveden v cilje, tipologijo ponudbe in ciljne segmente; s tem je postavljen jasen okvir, v katerem imajo prednost projekti, ki prinašajo visoko dodano vrednost na gosta in nizek vpliv na okolje. Na tej podlagi je v dokumentu oblikovan nabor ukrepov po petih operativnih področjih (nastanitve, prehrana, atrakcije, aktivnosti, podporne aktivnosti) in so določena izhodišča za fazno uresničevanje.

**Operativna izvedba strategije se bo odvijala skozi kratke, eno- do dvoletne akcijske načrte,** v katerih bodo natančno razdelani nosilci, sredstva, časovnice in pričakovani učinki. Tak pristop Zavodu Kočevsko omogoča, da se agilno prilagaja razpoložljivim virom in razmeram na trgu, hkrati pa ohranja strateško smer.

**S tem dokumentom Kočevsko potrjuje ambicijo: ostati skrivnostni gozd Slovenije in najbolj prvinski gozd Evrope – a z jasnim, usklajenim in izvedljivim načrtom, ki prevede izjemno naravno jedro v prepoznavno, celostno in konkurenčno destinacijo za prihodnja leta.**



# **METODOLOGIJA IZDELAVE DOKUMENTA**

**WILD.  
BUT  
NICE.**



## 2. METODOLOGIJA IZDELAVE DOKUMENTA

**Strategija** je bila **pripravljena v večfaznem, podatkovno podprtem in participativnem procesu**, v katerem so bili združeni analitične podlage, vključevanje deležnikov ter javna validacija usmeritev. Projekt je trajal od 1. februarja 2025 do 15. oktobra 2025. Priprava dokumenta je bila razdeljena na več faz:

- **pripravo dokumenta Podlage za strategijo razvoja turizma destinacije Kočevsko (v nadaljevanju: Podlage), ki je vseboval: analizo ponudbe in povpraševanja, analizo turističnega prometa, analizo študije primerov ter razvoj razvojnega koncepta;**
- **dve delavnici z internimi in eksternimi deležniki za evalvacijo ukrepov iz prejšnje strategije;**
- **intervjuje s ključnimi deležniki destinacije Kočevsko (župana, javni zavodi, ponudniki storitev);**
- **tri delavnice z deležniki za evalvacijo in validacijo bodočih ukrepov;**
- **oblikovanje končnega besedila dokumenta.**



Foto: Kapele

Najprej smo oblikovali Podlage z **obsežno kabinetno in terensko raziskavo**: sistematično smo popisali in ovrednotili obstoječe turistične proizvode destinacije, analizirali sekundarne vire (statistika, občinski in sektorski dokumenti, strokovne študije) ter izvedli primerjalno analizo dobrih praks v sorodnih destinacijah na 19 področjih. Za vsak produkt smo pripravili kratko ekspertno oceno razvojne stopnje, tržne diferenciacije, nosilnih zmogljivosti in zahtev za upravljanje. Na tej podlagi sta bila osvežena SWOT in začetna hipoteza konkurenčnih prednosti ter razvojnih vrzeli. Študija ima 180 strani.

Sledila je **participativna faza z dvema delavnicama z deležniki** (marec in junij 2025). Delavnice so bile strukturirane v kombinaciji moderiranih plenarnih razprav in ciljnih skupin z orodji za kartiranje verige vrednosti, prepoznavanje ovir in priložnosti po produktnih sklopih ter prioritarno razvrščanje ukrepov glede na vpliv in izvedljivost.

Avgusta 2025 smo izvedli **11 intervjujev** z glavnimi deležniki (javne institucije, gospodarstvo, ključni ponudniki). Vprašalnik je pokrival teme upravljanja destinacije, investicijskega okolja, kakovosti ponudbe, človeških virov in trajnosti. Z intervjuji smo triangulirali rezultate delavnic in posodobili problemsko drevo ter matriko ukrepov (cilj-ukrep-nosilec-predpogoji).

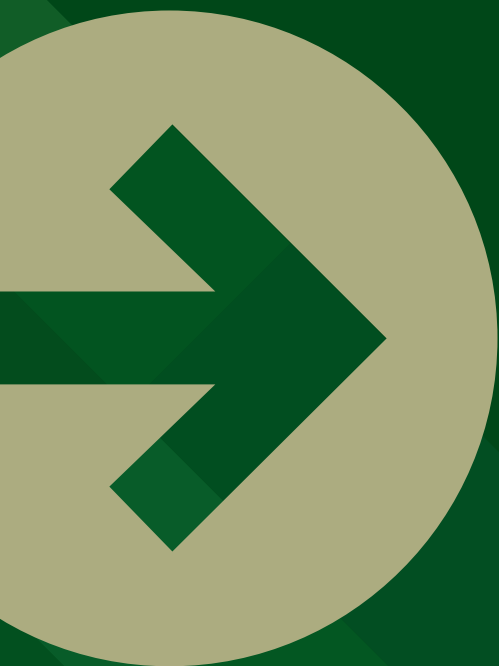
Za javno zbiranje ukrepov in validacijo predlogov smo izvedli **tri javne delavnice** (17. 9., 24. 9. in 30. 9. 2025). Namen je bil preveriti in potrditi strateške usmeritve ter izbrane prioritete in dopolnilne ukrepe. Uporabili smo strukturo »predlagaj-presodi-potrdi«, pri čemer so udeleženci najprej komentirali predlog usmeritev, nato ocenjevali skladnost z identiteto destinacije in izvedljivostjo ter nazadnje potrdili končne prioritete po principu konsenza.

Na večini delavnic smo uporabili interaktivno, anonimno orodje za sprotno zbiranje mnenj in glasov. Najprej smo z njim vrednotili ukrepe prejšnje strategije, nato pa prek anonimnega glasovanja in sprotne vizualizacije rezultatov izbrali ter potrdili 50 prioriteten ukrepov za novo strategijo. Tak pristop je omogočil transparentno oblikovanje konsenza in zagotovil, da so predlagane usmeritve podprli ključni deležniki. Celoten proces je temeljil na triangulaciji virov (statistika, dokumenti, intervjuji, delavnice), transparentnem beleženju odločitev ter povratni zanki: preliminarne ugotovitve smo pred vsako naslednjo fazo povzeli in vrnili udeležencem v preverbo. Končni dokument združuje analitične podlage z lokalnim znanjem; strateške usmeritve so potrjene na javnih delavnicah in operacionalizirane v naboru ukrepov z nosilci, predpogoji ter okvirnimi cilji razvoja.





Foto: Jošt Gantar



# **POVZETEK ANALIZE STANJA IZ PODLAG**

**WILD.  
BUT  
NICE.**

### 3. POVZETEK ANALIZE STANJA IZ PODLAG

V tem poglavju strnjeno predstavljamo ključne ugotovitve iz Podlag, ki tvorijo analitično osnovo za nadaljnje strateško odločanje. Povzetek analize stanja je zasnovan po načelu »od splošnega k posebnemu«. Najprej je podana celovita predstavitev destinacije Kočevsko z opredelitvijo prostorskih, demografskih in naravovarstvenih značilnosti obeh občin, s čimer uokvirimo identitetni DNK prostora in njegove nosilne zmogljivosti. Sledi pregled turističnega prometa v daljšem obdobju, v katerem primerjamo dinamiko prihodov in nočitev ter razmerja med domačimi in tujimi gosti, da bi razumeli trende, sezonskost in odpornost destinacije.

Na ravni ponudbe je ovrednotena gostinska nastanitvena in prehrabna ponudba po občinah, zlasti vrzeli v zmogljivostih in kakovosti, ki neposredno vplivajo na dolžino bivanja in potrošnjo. Jedro produktnega dela sta identifikacija in ocena glavnih turističnih proizvodov (gozdna doživetja, outdoor aktivnosti, dediščina in voda), pri čemer se presoja njihova razvojna stopnja, tržna diferenciacija in zahteve upravljanja. Osrednji del študije je obsežna analiza študije primerov po 19 področjih ponudbe, v katerem smo iskali primere dobrih praks, opredmetili, kaj ponujajo, kaj od tega že ponuja Kočevsko in kaj bi bilo še smiselno implementirati. V analizi povpraševanja so sintetizirani profil ključnih ciljnih skupin, motivi in vedenjski vzorci, kar omogoča ujemanje produktov s pričakovanji obiskovalcev ter usmerjanje trženja.

V nadaljevanju primerjalno ovrednotimo dosedanje razvojne dokumente, da izluščimo kontinuitete in spremembe v usmeritvah, izvedbenih praksah in upravljanju. Poglavje sklenemo s posodobljeno SWOTmatriko, ki na enem mestu združi notranje prednosti in slabosti ter zunanje priložnosti in nevarnosti. Tako strukturiran povzetek analize stanja zagotavlja jasen, dokazno podprt okvir za oblikovanje prioritet, standardov kakovosti in meril uspešnosti v naslednjem strateškem obdobju.



Foto: Jošt Gantar



**Predstavitev destinacije.** Destinacijo Kočevsko sestavljata občini Kočevje in Kostel, povezani z izjemno naravno ohranjenostjo, nizko poseljenostjo in bogato kulturno plastjo. V tej točki strnemo ključne značilnosti prostora, predstavljene v Podlagah za strategijo razvoja turizma destinacije Kočevsko, pri čemer uporabljamo sekundarne vire (SURS, NIST/STO, AJPES) ter lokalne podatke destinacijskih organizacij (Zavod za turizem in kulturo Kočevje ter Zavod za kulturo in turizem Kostel).

**Kočevsko je ena najbolj gozdnatih pokrajin v Sloveniji in širše; okoli 90 % površja pokrivajo dinarski jelovo-bukovi gozdovi.** V destinaciji je šest ohranjenih pragozdnih ostankov, med njimi **pragozd Krok**, ki je od leta 2017 del **Unescove svetovne naravne dediščine**. Naravno jedro dopolnjujejo kraški sistemi (Rinža kot ponikalnica in izvir Bilpe), Rudniško (Kočevsko) jezero kot nekdanja rudniška kotanja, raznoliki potoki in rezervati z visoko biotsko raznovrstnostjo. Ob reki Kolpi – zeleni lepotici, vpeti v gozd na južni meji – se oblikujejo ključne doživljajske osi Kostela: kanjonski odseki, slapišča (Nežica) ter kontaktni kras z jamskimi sistemi (Zavod Kočevsko, 2019; ZTIK Kostel, 2025).

**Občini sta prostorsko obsežni, vendar razvojno različni.** Kočevje je največja občina po površini, mestno središče pa je gospodarska, kulturna in izobraževalna os območja. Demografska slika kaže zmerno staranje prebivalstva in stabilno jedro delovno aktivnih; gospodarska struktura je razpršena (lesarstvo, kemijska industrija, robotika, storitve) z rastjo izvozno usmerjenih podjetij (AJPES, 2025; SURS, 2024). Kostel je izrazito redko poseljen in močno gozdat, identiteto gradi ob reki Kolpi in ohranjeni etnografski dediščini; gospodarska baza je ozka, turizem in male storitve imajo nadpovprečen razvojni potencial (AJPES, 2025; SURS, 2024).

**Kulturnozgodovinska plast Kočevskega je edinstvena:** od 600-letne navzočnosti kočevskih Nemcev do dogodkov 20. stoletja z nacionalnim pomenom (Šeškov dom in zbor odposlancev leta 1943; Kočevski rog kot prostor spomina). V Kostelu je celovit grajski kompleks z naseljem in cerkvijo državni spomenik kulturne dediščine ter osrednje prizorišče kulturnih programov in interpretacije preteklosti. Razpoznavnost dopolnjujejo tipične stavbne in bivalne prvine (kostelska hiša, vodni mlin), narečna posebnost ter živa rokodelska in kulinarična tradicija (Zavod Kočevsko, 2019; ZTIK Kostel, 2025).

**Turistični promet.** V tem delu strnjeno predstavljamo **obseg, gibanje in strukturo turističnega prometa v občinah Kočevje in Kostel v obdobju 2014–2024**. Osredotočamo se na prihode in nočitve turistov (skupaj ter ločeno na domače in tuje goste), pri čemer uporabljamo bazne indekse z izhodiščem v letu 2014. Takšen pristop omogoča razumevanje dolgoročnih trendov, prepoznavo učinkov kriznih let 2020–2021 ter oceno pokoronske dinamike po letu 2022. Posebej nas zanima razmerje med domačimi in tujimi gosti, saj neposredno vpliva na sezonskost, povprečno dobo bivanja in cenovno-vrednostni profil povpraševanja. Vira podatkov sta SURS in NIST/STO.

**Tabela 1. Turistični promet v občini Kočevje, prikaz trendov rasti in strukture, 2014-2024.**

|                                 | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Prihodi turistov skupaj</b>  | 6762  | 7631  | 7858  | 9125  | 11053 | 11125 | 8962  | 10912 | 13527 | 11425 | 12245 |
| <b>Prihodi tujih turistov</b>   | 2050  | 2180  | 2348  | 3046  | 3085  | 4004  | 1411  | 2581  | 4453  | 4251  | 4622  |
| <b>Prihodi domačih turistov</b> | 4712  | 5451  | 5510  | 6079  | 7968  | 7121  | 7551  | 8331  | 9084  | 7174  | 7623  |
| <b>Nočitve turistov skupaj</b>  | 18496 | 19562 | 20456 | 22977 | 28907 | 24939 | 21718 | 27643 | 31695 | 29380 | 30242 |
| <b>Nočitve tujih turistov</b>   | 5867  | 6030  | 6338  | 7371  | 6955  | 7699  | 2929  | 6247  | 9826  | 11298 | 10168 |
| <b>Nočitve domačih turistov</b> | 12629 | 13532 | 14118 | 15606 | 21952 | 17240 | 18769 | 21396 | 21869 | 18082 | 20074 |
| <b>INDEKSI RASTI</b>            |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>Prihodi turistov skupaj</b>  | 100   | 113   | 116   | 135   | 163   | 165   | 133   | 161   | 200   | 169   | 181   |
| <b>Prihodi tujih turistov</b>   | 100   | 106   | 115   | 149   | 150   | 195   | 69    | 126   | 217   | 207   | 225   |
| <b>Prihodi domačih turistov</b> | 100   | 116   | 117   | 129   | 169   | 151   | 160   | 177   | 193   | 152   | 162   |
| <b>Nočitve turistov skupaj</b>  | 100   | 106   | 111   | 124   | 156   | 135   | 117   | 149   | 171   | 159   | 164   |
| <b>Nočitve tujih turistov</b>   | 100   | 103   | 108   | 126   | 119   | 131   | 50    | 106   | 167   | 193   | 173   |
| <b>Nočitve domačih turistov</b> | 100   | 107   | 112   | 124   | 174   | 137   | 149   | 169   | 173   | 143   | 159   |
| <b>STRUKTURA</b>                |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>Prihodi turistov skupaj</b>  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| <b>Prihodi tujih turistov</b>   | 30    | 29    | 30    | 33    | 28    | 36    | 16    | 24    | 33    | 37    | 38    |
| <b>Prihodi domačih turistov</b> | 70    | 71    | 70    | 67    | 72    | 64    | 84    | 76    | 67    | 63    | 62    |
| <b>Nočitve turistov skupaj</b>  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| <b>Nočitve tujih turistov</b>   | 32    | 31    | 31    | 32    | 24    | 31    | 13    | 23    | 31    | 38    | 34    |
| <b>Nočitve domačih turistov</b> | 68    | 69    | 69    | 68    | 76    | 69    | 87    | 77    | 69    | 62    | 66    |

Vir: obdelava avtorjev po podatkih Zavoda za turizem in kulturo Kočevje, SURS in NIST STO, 2024.

**V občini Kočevje (Tabela 1) v desetletju beležimo izrazito rast, saj se skupni prihodi povečajo za 81 indeksnih točk, nočitve pa za 64 indeksnih točk.** Predkoronsko obdobje 2014–2018 zaznamuje enakomerno naraščanje, ki se odraža v stabilni širitvi povpraševanja pri prihodih in nočitvah. V letu 2020 je upad opazno blažji kot na nacionalni ravni, kar pojasnjujemo s prevladujočim deležem domačih gostov; že v letu 2021 se kazalniki vrnejo na raven 2019 oziroma jo presežejo. Leto 2022 izstopa kot vrh cikla, v letih 2023 in 2024 pa je zaznan rahel popravek, a vrednosti ostajajo nad dolgoročnim povprečjem.

Ključna razlaga za umirjanje rasti je ponudbena: nastanitvene zmogljivosti, zlasti v višjih kategorijah, ne sledijo povpraševanju, kar omejuje nadaljnji pospešek pri nočitvah. Struktura gostov ostaja izrazito domače-osrednja, kar je obratno od nacionalnega

profila; po letu 2022 delež tujih gostov narašča, vendar ne spremeni razmerja v korist mednarodnega trga.

**V občini Kostel (Tabela 2) je dolgoročna dinamika zmernejša.** Skupni prihodi in nočitve v opazovanem obdobju naraščajo, vendar počasneje kot v Kočevju in pod slovenskim povprečjem. Posebnost Kostela je nadpovprečno hiter relativni porast tujih nočitev po zelo nizki začetni bazi, kar kaže na postopno odpiranje nišnih mednarodnih segmentov; v absolutnih številkah pa ostaja obseg mednarodnega povpraševanja majhen. Struktura ostaja izrazito domača, po letu 2022 z vidnejšim, a še vedno manjšinskim deležem tujih gostov. Tak profil je skladen z butičnim značajem destinacije, krajšo dobo bivanja in sezonsko osredotočenostjo ob reki Kolpi.

**Tabela 2. Turistični promet v občini Kostel, prikaz trendov rasti in strukture, 2014-2024.**

|                          | 2014 | 2015  | 2016 | 2017  | 2018  | 2019  | 2020 | 2021 | 2022  | 2023  | 2024  |
|--------------------------|------|-------|------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|
| Prihodi turistov skupaj  | 3713 | 3964  | 3774 | 4304  | 4595  | 4652  | 2619 | 3284 | 4417  | 3971  | 4506  |
| Prihodi tujih turistov   | 353  | 478   | 362  | 476   | 664   | 709   | 323  | 338  | 431   | 713   | 830   |
| Prihodi domačih turistov | 3360 | 3486  | 3412 | 3837  | 3934  | 3943  | 2296 | 2946 | 3986  | 3258  | 3676  |
| Nočitve turistov skupaj  | 9499 | 10091 | 9539 | 11557 | 11798 | 11856 | 7582 | 8376 | 12218 | 11001 | 12302 |
| Nočitve tujih turistov   | 792  | 1196  | 784  | 1332  | 1969  | 1880  | 956  | 915  | 1299  | 2059  | 2664  |
| Nočitve domačih turistov | 8707 | 8895  | 8755 | 10225 | 9829  | 9976  | 6626 | 7461 | 10919 | 8942  | 9638  |
| INDEKSI RASTI            |      |       |      |       |       |       |      |      |       |       |       |
| Prihodi turistov skupaj  | 100  | 107   | 102  | 116   | 124   | 125   | 71   | 88   | 119   | 107   | 121   |
| Prihodi tujih turistov   | 100  | 135   | 103  | 135   | 188   | 201   | 92   | 96   | 122   | 202   | 235   |
| Prihodi domačih turistov | 100  | 104   | 102  | 114   | 117   | 117   | 68   | 88   | 119   | 97    | 109   |
| Nočitve turistov skupaj  | 100  | 106   | 100  | 122   | 124   | 125   | 80   | 88   | 129   | 116   | 130   |
| Nočitve tujih turistov   | 100  | 151   | 99   | 168   | 249   | 237   | 121  | 116  | 164   | 260   | 336   |
| Nočitve domačih turistov | 100  | 102   | 100  | 117   | 112   | 115   | 76   | 86   | 125   | 103   | 111   |
| STRUKTURA                |      |       |      |       |       |       |      |      |       |       |       |
| Prihodi turistov skupaj  | 100  | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Prihodi tujih turistov   | 10   | 12    | 10   | 11    | 14    | 15    | 12   | 10   | 10    | 18    | 18    |
| Prihodi domačih turistov | 90   | 88    | 90   | 89    | 86    | 85    | 88   | 90   | 90    | 82    | 82    |
| Nočitve turistov skupaj  | 100  | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Nočitve tujih turistov   | 8    | 12    | 8    | 12    | 17    | 16    | 13   | 11   | 11    | 19    | 22    |
| Nočitve domačih turistov | 92   | 88    | 92   | 88    | 83    | 84    | 87   | 89   | 89    | 81    | 78    |

Vir: obdelava avtorjev po podatkih Zavoda za turizem in kulturo Kočevje, SURS in NIST STO, 2024.



**Na ravni celotne destinacije Kočevsko lahko sklenemo, da dolgoročno prevladuje rast, pri čemer Kočevje vleče večji del dinamike, Kostel pa ji sledi z bolj zadržanim tempom.** Po letu 2022 opazimo umiritev, ki je posledica kombinacije ponudbenih omejitev in normalizacije potovalnih tokov po izjemnem pokoronskem vrhu. Število nočitev na Kočevskem raste izraziteje kot v Kostelu, kar povežemo s širitvijo in posodobitvami zmogljivosti ter bolj razvejano produktno strukturo. Struktura gostov na destinacijski ravni ostaja nadpovprečno domača (v Kočevju približno dve tretjini domačih v letu 2024, v Kostelu še več), kar potrjuje potrebo po dveh komplementarnih tržnih usmeritvah: po eni strani ohranitev in nadgradnja domačega jedra s programi za podaljševanje bivanja, po drugi strani postopna internacionalizacija v skrbno izbranih tržnih nišah z nizkim okoljskim odtisom (outdoor, tišina, naravoslovje).

Za vzdržno nadaljevanje rasti bodo odločilni upravljana krepitev nastanitvene in interpretativne infrastrukture, standardizacija kakovosti storitev ter uravnavanje tokov na občutljivih mikro lokacijah, saj brez tega nadgradnja vrednosti na gosta in razpršitev sezone ne bosta dosegli polnega učinka.

**Gostinstvo po občinah.** Turistična infrastruktura na Kočevskem se je v zadnjem desetletju postopno širila, **vendar še vedno temelji na manjših zasebnih nastanitvah, kot so sobe in apartmaji, gostišča, turistične kmetije ter planinske koče; klasičnih hotelov ni.** Destinacija je zaradi razpršenosti ponudbe in visoke gozdnatosti oblikovana kot butično, naravno usmerjeno območje z izrazitim poudarkom na trajnosti in osebnem stiku z lokalnim okoljem. Del javne turistične infrastrukture sta kamp Jezero in Hostel Bearlog, ki ju upravlja Zavod Kočevsko in pomenita nosilni jedri za razvoj aktivnih večdnevniških obiskov.



Foto: Matevž Kostanjšek

**V Kočevju prevladujejo manjši objekti, sobodajalska ponudba in kampi**, med prepoznavnejšimi nosilci pa izstopajo Gostišče Tri zvezde, Gostišče Veronika, Lukčeva domačija, Hostel Bearlog in Camp Jezero Kočevsko ter Gostilnica Falkenau, v kateri nudijo zgolj prehrano. Prehranska scena je bila v preteklosti pretežno usmerjena v dnevne obroke, manj so bile poudarjene lokalne posebnosti; premik je prinesla krovna znamka O, Kočevsko!, s katero so se spodbudili certificiranje jedi, povezovanje z lokalnimi kmeti in rokodelci ter dvig kakovosti ponudbe. Kljub temu v mestnem središču še opazimo prevlado picerij, na podeželju pa narašča zanimanje za kosila na kmetijah in doživljajsko kulinariko iz lokalnih sestavin.

**V Kostelu prevladujejo manjši, butični objekti z deset do petnajst ležišči, osredinjeni na turistične kmetije in apartmaje; klasičnih hotelov in gostišč ni**, ponudbo dopolnjuje Center šolskih in obšolskih dejavnosti Fara. Kulinarična izkušnja je tu trdneje zasidrana v domačih kuhinjah turističnih kmetij, kjer sta sledljivost sestavin in sezonskost nadpovprečni, a je gostinska izbira sicer skromnejša.

**Za prihodnje obdobje je ključno načrtno povečanje razpršenih, trajnostnih kapacitet v naravnem okolju** – glampingi, gozdne koče in tematski kampi – ob hkratni standardizaciji kakovosti in varnosti in profesionalizaciji storitev. Smiselna sta nadgradnja kulinarične zgodbe O, Kočevsko! v stalno mrežo ponudnikov s prepoznavnimi jedmi in programi ter razvoj integriranih paketov (npr. vikend v glamping hiški z vodenim obiskom pragozda in večerjo iz lokalnih sestavin). Voden, trajnosten razvoj, podprt z digitalno vidnostjo in aktivnim vključevanjem lokalne skupnosti, bo omogočil prehod iz izletniške v izrazito večdnevno destinacijo, ne da bi pri tem ogrozili tišino, prvobitnost in nosilne zmogljivosti prostora.



Foto: Marjan Artnak

**Glavni turistični proizvodi.** Turistična ponudba destinacije Kočevsko temelji na izjemno bogati naravni in kulturni krajini, ki ustvarja identiteto prostora kot zelenega, skrivnostnega in avtentičnega območja, hkrati pa ponuja avanturistična doživetja. Destinacija nagovarja sodobnega obiskovalca, ki išče tišino, stik z divjino, lokalne zgodbe in aktivno vključevanje v prostor.

**V ospredju sta dva vsebinska pola:** Kočevje kot »dežela divjine« z gozdovi, pohodništvom, kolesarjenjem, opazovanjem divjih živali, Bunkerjem Škrilj in programi preživetja v naravi, ter Kostel kot območje kulturnih pripovedi, grajske mistike in reke Kolpe, ki nudi vodne aktivnosti, pohode in interpretativne izkušnje. Posebno mesto imajo tudi osrednji gozdni produkti, kot so ogled okolice, gozdne kopeli, gozdni odmik in drugi produkti, ki so edinstveni za to območje in omogočajo vodeno uživanje v gozdu z vsemi čuti.



V Kočevju ima pohodništvo dolgo tradicijo; mreža poti omogoča razpršeno odkrivanje pragozdov, rezervatov, jam in razgledišč, s posebnimi prireditvami, kot sta Kočevsko outdoor festival in pohod Po medvedovih stopinjah, pa se gradi prepoznavnost. Kolesarjenje je drugo nosilno področje, saj urejene poti in MTB Trail center ponujajo izzive za vse stopnje zahtevnosti. Posebnost destinacije je, da v naravnem okolju še vedno prebivajo vse tri velike zveri – medved, volk in ris – ter številne druge divje živali. Programi ponujajo možnost spoznavanja, v nekaterih primerih celo varnega opazovanja teh gozdnih prebivalcev pri njihovih aktivnostih v naravnem okolju, ter sledenje njihovi prisotnosti.

Prvenstvena ponudba in motiv prihoda v Kočevju je naravna dediščina, ki predstavlja bistvo turističnega obiska. Ima pa Kočevsko močno tudi kulturno dediščino, povezano z zgodovino, kot npr. Kočevarske vasi, cerkev Sv. Jerneja, Karlov most, Bunker Škrilj, rojstna vas Petra Kozlerja, muzejske zbirke Pokrajinskega muzeja Kočevje, Šeškov dom, ki je stavba državnega pomena, grobišča v Kočevskem rogu, Park manevrske strukture, kot spomin državitvornosti Slovenije, ruševine gradu Fridrihštajn in zgodbe povezane s Friderikom Celjskim in Veroniko Deseniško, zgodbe nesnovne kulturne dediščine vezane na zgodovino gastronomije, obrti in rokodelstva. Z zavedanjem, da je kulturna dediščina ponudbeno nerazvita med veliko prej naštetimi aktivnostmi in kot taka ne predstavlja motiva turista za prihod na Kočevsko.

V Kostelu osrednje mesto zavzema grad Kostel, drugi največji grajski kompleks v Sloveniji, ki z zgodbami in legendami obiskovalce popelje v preteklost ter gosti številne kulturne dogodke. Posebna atrakcija je Pot Mikulovega vrača, ki povezuje naravne in kulturne posebnosti z mitološkimi pripovedmi. Kolpa pa ostaja ključni nosilec ponudbe s kajakom, kanujem, raftom, ribolovom ter vitalnoenergijskimi točkami.

Celotna turistična ponudba je zasnovana na trajnosti, avtentičnosti in povezovanju z lokalno skupnostjo. Osrednji proizvodi niso zgolj atrakcije, temveč temelji za oblikovanje integralnih doživetij, ki povezujejo naravo, kulturo, kulinariko in gostoljubje ter ustvarjajo dodano vrednost tako za obiskovalca kot za prebivalce destinacije.

**Analiza povpraševanja.** Analiza povpraševanja razkriva, da je Kočevsko destinacija, ki jo obiskujejo predvsem domači gosti – kar tri četrtine vseh –, največ iz Ljubljane in drugih urbanih središč. Gre za družine z otroki, pare in prijateljske skupine, ki iščejo naravo, varnost in aktivno preživljanje prostega časa. Manjši delež so posamezni obiskovalci, kar odpira možnosti za razvoj produktov za individualne turiste. Med tujimi gosti, ki pomenijo četrtno gostov, prevladujejo Nemci, Nizozemci, Italijani in Avstrijci; to so obiskovalci, ki cenijo trajnost, avtentičnost in stik z divjino.

**Glavna motiva za prihod** sta rekreacija ter obisk naravnih in kulturnih znamenitosti in doživetij, kar je skupaj več kot 90 % vseh razlogov za obisk. Sekundarni motivi, kot so obisk sorodnikov ter poslovni in izobraževalni razlogi, trenutno niso pomembni, vendar lahko v prihodnje prispevajo k razvoju poslovnega in izobraževalnega turizma.

**Najpogostejše aktivnosti** so gorsko kolesarjenje, gozdna doživetja, opazovanje divjih živali, obisk naravnih znamenitosti in pohodništvo, kar potrjuje usmerjenost destinacije v aktivna doživetja v naravi.

**Tipični obiskovalec** je odrasla oseba srednjih let, pogosto z družino, ki išče zdrav in kakovosten oddih, umik od urbanega okolja ter poglobljeno doživetje



prostora. Iz analize je razvidno, da ima Kočevsko jasno definirano bazo gostov in izrazito pozicioniranje: destinacija miru, narave in aktivnosti, ki gradi prihodnost na trajnostnem upravljanju virov, dopolnjevanju športne in interpretativne infrastrukture ter na avtentičnem vključevanju lokalne skupnosti in dediščine.

**Analiza dosedanjih strategij.** V zadnjem desetletju so razvoj turizma na Kočevskem usmerjali trije strateški dokumenti: Strategija 2015–2020, njeno Dopolnilo ter Strategija destinacije Kočevsko 2020–2025. Prva strategija je osredinjena na občino Kočevje in vzpostavitev osnov: popis naravnih in kulturnih privlačnosti, sekundarne infrastrukture ter temeljnih pogojev za trženje. V Dopolnilu je ohranjeno isto analitično ogrodje in je v njem predvsem evalvirana izvedba ukrepov. Strategija 2020–2025 prvič celostno zajame Kočevje, Kostel in Osilnico, razširi analizo s turističnim prometom in SWOT ter jasno profilira produktne stebre.

Z analitičnim pristopom v novejših dokumentih se bolj sistematično prepletata notranje in zunanje okolje; pri zadnji strategiji so poleg demografskih in gospodarskih poudarjeni tudi ekološki dejavniki in poslovno okolje. Poslanstvo in vizija se razvijeta od širše, **manj specifične usmeritve (2015) k jasnemu DNK »gozd« in ambiciji postati vodilna evropska destinacija za 5\* doživetja gozda (2020–2025)**. S tem se premikamo od kvantitativne rasti h kvalitativnemu razvoju, višji dodani vrednosti in celoviti izkušnji gosta.

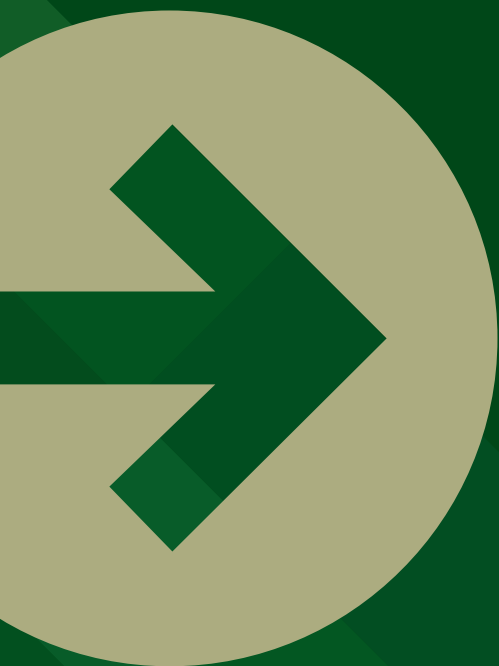
Ciljni sistem se prav tako preoblikuje. V prvem dokumentu in Dopolnilu so poudarjeni infrastrukturne izboljšave, promocija in osnovna organiziranost, deloma z letnimi kvantitativnimi tarčami. Zadnja strategija ne temelji na količinskih ciljih turističnega prometa, temveč na kakovosti in diferenciaciji: večja prepoznavnost in imidž, sezonsko in geografsko razprševanje obiskov, podaljšanje bivanja ter dvig potrošnje ob varovanju nosilnih zmogljivosti. Produktno jedro se iz neizrazite začetne opredelitve razvije v jasno trojico: doživetja gozda in pragozdov (vključno z opazovanjem velikih zveri), športno-outdoor aktivnosti (pohodništvo, kolesarjenje, voda) ter dediščinske vsebine (gradovi, pripovedi, interpretacija). **USP (angl. *unique selling proposition*) se utrdi okoli izjemno ohranjenih gozdov in voda, pragozdnih rezervatov ter Kolpe kot gozdne reke.**

**Organizacijsko ostaja osrednji koordinator razvoja in trženja destinacije Zavod za turizem in kulturo Kočevje;** njegova vloga se iz izvajalske krepí v koordinativno in razvojno z jasnejšim poudarkom na povezovanju javnega in zasebnega sektorja ter potrebi po podjetniških investicijah. Izvedbeni okvir se skozi dokumente konkretizira: število ukrepov narašča (24 v 2015, dodatnih 23 v Dopolnilu, 50 v 2020–2025), časovni roki in nosilci so v zadnji strategiji jasneje opredeljeni, čeprav ključni kazalniki uspeha pri vseh ukrepih še niso vgrajeni. Želja je, **da zaradi razvojnih značilnosti destinacije in jasne produktne usmeritve Strategija ostaja dolgoročna usmeritev (10 let), uresničevanje strategije pa se opredeli v akcijskih načrtih, ki se izdelajo pogosteje (1-2 leti).**

Sklepno ugotavljamo, da primerjava treh dokumentov izrisuje prehod destinacije od vzpostavljanja osnov in začetne promocije k tematsko usrediščeni, trajnostni in kakovostno naravnani strategiji, z gozdnim DNK kot identitetnim jedrom, jasnejšimi produktnimi stebri in poudarjeno vlogo koordinacije ter partnerstev pri implementaciji.

## **SWOT MATRIKA.**

| <b>PREDNOSTI</b>   | <b>SLABOSTI</b>   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- izjemno ohranjeni gozdovi in pragozdovi</li><li>- reka Kolpa in druge vodne površine</li><li>- močna identiteta gozda kot DNK destinacije</li><li>- razvejana mreža poti</li><li>- MTB Trail center</li><li>- dediščinski produkti</li><li>- možnosti inovacij (opazovanje živali, preživetje v naravi)</li><li>- mir, tišina in avtentičnost</li><li>- rast krovne znamke Kočevsko</li><li>- aktivna lokalna skupnost</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- pomanjkanje kakovostnih nastanitev</li><li>- slaba gastronomska prepoznavnost</li><li>- šibka storitvena infrastruktura</li><li>- pomanjkanje kadra in vodnikov</li><li>- nepovezani deležniki</li><li>- premalo zasebnih investicij</li><li>- slabo razviti produkti za poslovni in terapevtski turizem</li><li>- neurejena infrastruktura in dostopi</li><li>- slabo trženje v tujini</li><li>- omejen nadzor nad rabo narave</li><li>- (pre)majhen obseg turizma, zato se z njim ponudniki ukvarjajo kot s sekundarno dejavnostjo.</li></ul> |
| <b>PRILOŽNOSTI</b>   | <b>NEVARNOSTI</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- razvoj gozdne terapije, meditacije in wellness produktov</li><li>- inkluzivni turizem</li><li>- športno-rekreativni parki in pustolovščine</li><li>- Integracija dediščine v doživetja</li><li>- digitalizacija interpretacije (AR, VR)</li><li>- 5* doživetja gozda</li><li>- povpraševanje po glampingu in eko nastanitvah</li><li>- regionalno sodelovanje z območji UNESCO</li><li>- urejanje Kočevskega jezera</li><li>- krepitev Zavoda za turizem kot koordinatorja</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- nizka politična prioriteta in vlaganja</li><li>- slab interes zasebnega kapitala</li><li>- tveganje masovnega turizma in izgube identitete</li><li>- neurejeno upravljanje naravnih virov</li><li>- neznanje o trendih pri ponudnikih</li><li>- demografsko staranje in odseljevanje</li><li>- šibko medobčinsko sodelovanje</li><li>- sezonskost in odvisnost od poletja</li><li>- dolgotrajna usklajevanja projektov</li><li>- slab nadzor nad turističnimi praksami</li></ul>  |



# GLAVNI KONCEPT RAZVOJA IN VIZIJA

WILD.  
BUT  
NICE.



## 4. GLAVNI KONCEPT RAZVOJA IN VIZIJA

Strategije razvoja turističnih destinacij so učinkovite zgolj tedaj, ko temeljijo na jasno oblikovanem, dolgoročno vzdržnem in izvedljivem razvojnem konceptu, ki se ga deležniki dosledno držijo v vseh obdobjih načrtovanja. V tem okviru je destinacija **Kočevsko primer dobre prakse** – z jasno izraženo razvojno usmeritvijo v **gozdni turizem** je že v preteklih strateških dokumentih in trženjskih nastopih vzpostavila prepoznavno identiteto, ki jo lahko dolgoročno gradi in nadgrajuje.

Gozd kot osrednji koncept destinacije ni le izhodišče za oblikovanje turistične ponudbe, temveč ima tudi simbolno vrednost: pomeni neokrnjeno naravno dediščino, vir tišine, kontemplacije, zdravja, aktivnosti in izjemne biotske raznovrstnosti. Prav to razumevanje gozda kot **osrednjega razvojnega stebra** omogoča oblikovanje trajnostne in povezane turistične politike. Z vidika strateškega upravljanja pa pomeni, da ni treba vsakih nekaj let ponovno opredeljevati celotne strategije na novo. Namesto tega se kot **učinkovitejši model** ponuja oblikovanje **dolgoročne razvojne strategije (najmanj 10-letne)**, v kateri bi bili določeni usmeritve, vrednote, krovni cilji in konceptualni razvojni okvir turizma v destinaciji. Na tej podlagi bo vsake **eno do dve leti nastajal strateški akcijski načrt**, v katerem bodo na operativni ravni podrobno določeni ukrepi, časovnice, odgovornosti, sredstva in ključni kazalniki uspešnosti glede na specifične razmere in potrebe obdobja.

Tovrstni model strateškega načrtovanja je tudi bolj v skladu z zahtevami **Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST)** in drugih certifikacijskih shem, ki poudarjajo dolgoročno stabilnost in konsistentnost vizije ter obenem spodbujajo fleksibilno in odzivno operativno upravljanje v krajših časovnih intervalih. Prilagoditev poimenovanja dokumentov v skladu z zahtevami certifikatov ostaja tehnična odločitev, vsebinska kontinuiteta pa naj ostane jedro razvojne logike destinacije.

Ob upoštevanju obstoječega stanja lahko rečemo, da je **Kočevsko že uveljavljena turistična destinacija**, saj razpolaga z izjemno primarno turistično ponudbo – mednarodno prepoznavno **neokrnjeno naravo, obsežnimi gozdovi, vodnimi površinami in biotsko pestrostjo**, kar pomeni neizčrpen vir za razvoj naravnih in doživljajskih produktov. Vendar se s tem razvojna pot ne zaključí. Ključno vprašanje prihodnosti ostaja, **kako to izjemno naravno danost primerno in optimalno valorizirati**, kar pomeni, da je treba še naprej razvijati tiste vrste produktov in storitev, ki bodo obiskovalcu omogočili poglobljeno, kakovostno, personalizirano in trajnostno naravnano doživetje narave – brez ogrožanja njenega bistva.

Zato bo težišče v **novem strateškem obdobju** usmerjeno v **razvoj sekundarne turistične ponudbe**, ki bo podprla in oplemenitila osnovne naravne danosti. Gre predvsem za razvoj **ustreznih nastanitvenih možnosti v povezavi z gozdom, kulinarike, ki temelji na lokalnih sestavinah in divjačini**, nadaljnji razvoj **vodenih doživetij z interpretacijo narave in dediščine, aktivnosti za dobro počutje** (kot so meditacije v naravi, gozdna kopel, opazovanje živali) ter tudi športnih, terapevtskih in

družinskih produktov, ki odgovarjajo potrebam različnih ciljnih skupin.<sup>1</sup> Dopolnjevanje te ponudbe z ustrezno infrastrukturo, promocijo, mreženjem ponudnikov in profesionalizacijo kadrov je ključ do uresničevanja dolgoročne vizije, v kateri bo Kočevsko prepoznano kot **vodilna evropska destinacija prvinskih doživetij gozda**.



Foto: Janez Konečnik

<sup>1</sup> Velik del programov že obstaja in se izvaja: programi opazovanja medveda, sledenje znakov prisotnosti divjih živali, volčji programi, programi v povezavi s pragozdovi (več), gozdni odmik – gozdni wellness, povezava z umetnostjo in divjino, kolesarske ture (tudi večdnevne), delavnice v povezavi z gozdom (smrekomaz, izdelava keramike na temo gozda, izdelava čemaževega namaza ...), program za družine z otroki – »gozda in iger«, programi preživetja v naravi, izobraževalni programi z interpretacijo narave, predvsem na učnih poteh ipd.



## 4.1. RAZVOJ NARAVNEGA IN GOZDNEGA TURIZMA

Krovni razvojni koncept destinacije Kočevsko je opredeljen že v preteklem strateškem obdobju s krovno zgodbo gozdnega in naravnega turizma. Tej zgodbi dodajamo poudarek na načelih trajnostnega, počasnega/umirjenega in odgovornega razvoja, upoštevajoč glavne prednosti destinacije Kočevsko in glavne točke razlikovanje Kočevskega do drugih konkurenčnih destinacij.

**Trajnostni in odgovoren naravni turizem je glavna usmeritev razvoja destinacije Kočevsko.**

V razpravah o sodobnem kapitalizmu se je izkristaliziralo stališče, da etično in družbeno odgovorno poslovanje ni v nasprotju z dobičkonosnostjo, temveč jo dolgoročno podpira. Ta premik je v turizmu dobil izraz prek vključevanja skupnosti, partnerstva in sodelovanja deležnikov (od 80. let dalje) ter prek uveljavitve pristopa treh temeljnih točk v 90. letih, ki ekonomskim ciljem pridružuje družbene in okoljske.

**Trajnostni turizem tako razumemo kot uravnoteženje ekonomskih učinkov, družbene blaginje in varovanja okolja; za Kočevsko, ki je v zgodnejši fazi turističnega razvoja in še ni obremenjena z anomalijami množičnosti, je to izhodiščna prednost in obveznost.**

**Ekonomska trajnost** se na Kočevskem ne meri zgolj z rastjo prihodov in nočitev, temveč z ustvarjeno vrednostjo na gosta in stabilnostjo lokalne verige vrednosti. Uresničujemo jo z lokalnim zaposlovanjem, vključevanjem domačih dobaviteljev, zelenim javnim naročanjem in razvojem produktov z višjo dodano vrednostjo, zasidranih v gozdnih in vodnih danostih (vodena mikro doživetja, certificirana doživetja gozda, butične nastanitve). Napredek spremljamo z deležem lokalnih nabav v prihodkih, mediano plač v panogi, razmerjem med prihodki in stroški vzdrževanja infrastrukture, znižanjem sezonske volatilnosti in podaljševanjem povprečne dobe bivanja. To terja jasna pravila partnerstva občin in ponudnikov ter standarde delovanja, ki združujejo kakovost in stroškovno učinkovitost brez erozije izkušnje gosta.

**Družbena trajnost** pomeni, da koristi turizma presegajo negativne vplive in krepijo kohezijo skupnosti. Načrtujemo participativno: z vzpostavitvijo strokovnega sveta za upravljanje destinacije, pravili rabe prostora ter vključevanjem prebivalcev v odločanje in izvedbo. Varujemo dostop domačinov do naravnih dobrin, kulturno integriteto ter pravice skupnosti; v šole in pri ponudnikih uvajamo izobraževalne vsebine o turizmu, dediščino interpretiramo celovito (od pragozdov do grajskih in povojnih plasti). Uspeh spremljamo z rednimi anketami o kakovosti življenja, deležem lokalnih nosilcev doživetij, obsegom prispevkov skupnosti ter evidenco incidentov; cilj je, da je gost »začasni prebivalec« – obveščen, spoštljiv in vpet v lokalno ekonomijo.

**Okoljska trajnost** je temelj identitete Kočevskega. Ker konkurenčna prednost izhaja iz ohranjenih gozdov, pragozdnih ostankov in reke Kolpe, razvoj vodimo po načelu nosilnih zmogljivosti in previdnosti. Obiske časovno in prostorsko usmerjamo,



infrastrukturo oblikujemo z nizkim odtisom, optimiziramo rabo vode in energije, odpadke ter odplake obvladujemo v zaprtih krogih, za občutljiva območja določamo jasne režime gibanja. Monitoring vključuje stanje habitatov in vodnih teles, mirne cone za prostoživeče živali, obremenjenost poti, stopnjo nelegalnega kampiranja in skladnost ravnanja obiskovalcev. Ponudniki uvajajo okoljske standarde, sledljivost odpadkov in merjenje porabe na gosta, obiskovalcem pa vnaprej posredujemo jasna pravila in jih vodimo po manj obremenjenih poteh.

**Sklepno poudarjamo, da trajnost na Kočevskem ni dodatna etiketa, temveč operativni okvir za celoten destinacijski sistem:** gospodarska korist ne prehitve družbenega soglasja in okoljskih meja, razvoj je voden, merjen in povratno prilagajan. Le tako destinacija ohrani butičnost, tišino in avtentičnost – vrednote, zaradi katerih gostje prihajajo in se vračajo –, v lokalni skupnosti pa se dolgoročno krepi blagostanje.

## Kaj ima destinacija – katere so značilnosti ponudbe (= prednosti Kočevskega)?

**Gozd in pragozdovi.** Kočevsko je najbolj gozdnata pokrajina na Slovenskem, saj gozdovi pokrivajo kar 91 % vseh površin. Znotraj obsežnih gozdov se skrivajo tudi pragozdovi, kjer lahko začutimo, kako silovita je narava v najbolj prvinski obliki. Ti redki ostanki pradavnine so posebnost območja, ki obiskovalce prevzame z mogočnostjo. Pragozdni ostanki so povsod po svetu redki, na Kočevskem, ki sodi med zibelke naravovarstva na Slovenskem, obsegajo kar 217 hektarjev (skoraj polovico vseh pragozdnih ostankov v Sloveniji). Ohranili so se zato, ker človek vanje ni zahajal in posegal. Tako so ostali zelo dragoceni kotički pokrajine, kjer lahko začutimo iskreno spoštovanje do procesov rojevanja in odmiranja v naravi – krog življenja, na katerega človek ne vpliva. Naša skrb za pragozdne ostanke je pomembna, da jih lahko še naprej občudujemo v nedotaknjeni obliki, k čemur zagotovo pripomore tudi skrb gozdarjev na Kočevskem, ki so že zgodaj prepoznali pomen posameznih delov gozdov, jih zavarovali ter pomagali ohraniti do danes. Najbolj znana pragozdova na Kočevskem sta **Rajhenavski Rog in Krokar**. Čeprav v pragozdove ne smemo vstopati, zmorejo z magnetno privlačnostjo zlesti globoko v naše jedro. **Pragozd Rajhenavski Rog** se na dobrih 51 hektarjih razprostira v osrčju Kočevskega roga. Vanj ne vstopamo, doživimo ga lahko z **Roške pešpoti**, ki vodi ob robu pragozda. Tudi s poti nas prevzame mogočna veličina gozda, ki ga sestavljajo predvsem veličastne **jelke in bukve**. Impresivni stoletni orjaki zrastejo tudi do 50 metrov visoko, nekatera drevesa pa so stara tudi do petsto let. Najmogočnejša jelka, ki se kar 51 metrov dviga v višave planote Kočevski rog, se imenuje Debela jelka oziroma Kraljica Roga. Pogled v krošnje razkrije veličino tega in drugih izjemnih dreves, ki skorajda pripovedujejo zgodbe – pozornim obiskovalcem jih pripovedujejo kar sama, veliko pa jih poznajo tudi naši **lokalni vodniki**, s katerimi je obisk gozda prav posebno doživetje ([www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com)).

**Pragozd Krokar** predstavlja lepoto in nedotaknjenost prvinskih bukovih gozdov na površini dobrih 75 hektarjev. Je strogo varovan rezervat, tudi del območja Natura 2000, in ekosistem nenehno spreminjajočega se ravnovesja med tlemi, klimo in

nešteti živimi organizmi – od mikroskopsko majhnih do medveda. Tu potekajo samo zakoni narave, zato človek zavestno ostaja zunaj. Vanj lahko vstopimo le s pogledi z **Borovške naravoslovne poti**. Krokar je z gozdnim rezervatom Snežnik – Ždrocle vpisan na seznam svetovne naravne dediščine UNESCO, kar kaže na njegov izjemni pomen ([www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com)).

**Gozdna reka Kolpa in druge vodne površine** so izjemno lepi primerki neokrnjene narave. Gozdne površine se prepletajo s čistimi vodnimi viri in ustvarjajo harmonijo zelene in modre. Doživite lahko lepoto rek in jezer, ki slovijo po čistosti in življenjski energiji. Tu leži tudi eno najčistejših slovenskih jezer, Rudniško (Kočevsko) jezero, habitat različnih vrst rastlinja in živali, ki je priljubljena lokacija za rekreacijo vse leto. Adrenalinska doživetja ponuja **čudovita reka Kolpa**, kjer se boste naužili lepot narave in športnih užitkov obenem ([www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com)). Z vseh strani jo v zgornjem toku (na Kočevskem) objema gozd, zato jo imenujemo gozdna reka. Izvira v Narodnem parku Risnjak na Hrvaškem. Njen celotni tok od izvira do izliva v Savo v Sisku meri 292 km, v Sloveniji pa je mejna reka v dolžini 118 km. Znotraj območja Krajinskega parka Kolpa se razteza v dolžini 50,3 kilometrov. Reka je precej čista, v poletnih mesecih tudi prijetno topla in primerna za kopanje. Je bogata s floro in favno. Zaradi izjemne biotske pestrosti in naravovarstvene pomembnosti je razglašena za naravni spomenik, naravno vrednoto, območje Natura 2000 ter ekološko pomembno območje ([www.kp-kolpa.si/krajinski-park-kolpa/reka-kolpa/](http://www.kp-kolpa.si/krajinski-park-kolpa/reka-kolpa/)).

**Bogata kulturna dediščina.** Kočevsko je zaznamovano s turbulentnimi dogajanjem v preteklosti. Šeškov dom, Bunker Škrilj, ostanki Kočevarskih vasi, povojni poboji, pomembni mejniki II. svetovne vojne, dogodki ob nastanku države Slovenije in ostanki gradu in ostanki gradu Fridrihštajn z nesrečno ljubezensko zgodbo Friderika Celjskega in Veronike Deseniške – vsi pomenijo odlične centre še ne razvitih produktov dediščinskega turizma in so odlična dopolnitev aktivnostim v naravi.



Foto: Kapele

**Zgodba trajnostnega turizma.** V 2023 letu je bila destinacija Kočevsko deležna ponovnega ocenjevanja v sklopu Zelene sheme slovenskega turizma ter ostaja nosilka znaka Slovenia Green Destination – GOLD. Destinacija Kočevsko je na prvem ocenjevanju v letu 2017 pridobila bronasti znak, nato pa v letu 2020 zlati znak Slovenia Green Destination GOLD, ki ga je ohranila tudi po ponovni presoji v juniju 2023. Kočevsko tako ostaja med 20 drugimi slovenskimi vodilnimi destinacijami, ki so prav tako nosilke zlatega znaka. Kočevsko gradi prepoznavnost na aktivnostih v naravi in trajnostnem turizmu, prejem zlatega znaka pa potrjuje uspešno delo na področju trajnostnih usmeritev in razvoja. Ob ponovnem ocenjevanju za prejem zlatega trajnostnega certifikata je destinacija Kočevsko dosegla povprečno oceno 8,7, ki jo je ocenjevalna komisija dodelila na podlagi preučitve prenovljenih in izpopolnjenih trajnostnih meril in indikatorjev s področij splošnih značilnosti destinacije, destinacijskega menedžmenta, narave in krajine, okolja in podnebja, kulture in tradicije, družbene klime ter poslovanja turističnih podjetij in komunikacije.

Destinacijo Kočevsko sestavljata občini Kočevje in Kostel, ki pod blagovno znamko Skrivnostni gozd Slovenije ustvarjata vrhunska, aktivna in zelena doživetja v naravi in gozdu ter soustvarjata turizem, ki je odgovoren do okolja in družbe ([www.kocevje.si](http://www.kocevje.si)). Na Kočevskem ni zelena samo narava, ampak tudi certificirani zeleni ponudniki. Med nastanitvami so znak **Slovenia Green Accommodation** prejeli Hostel Bearlog, Camp Jezero Kočevsko in Cirus Apartments. **Hostel Bearlog** in **Cirus Apartments** sta za vstop v Zeleno shemo pridobila mednarodno uveljavljeni znak **Travelife**, **Camp Jezero Kočevsko** je pridobil znak **Ecocamping** ([www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com)). Okoljski znak za atrakcije (Green Key) je pridobil tudi pustolovski park **Lynx PRO Adventure**.



Foto: Bunker Škrilj





**Oblikovane pešpoti in kolesarske poti ter urejena infrastruktura v MTB Trail centru Kočevje.** Narava na Kočevskem je prepletena s številnimi potmi, ki vabijo k raziskovanju peš ali s kolesom. V preteklem strateškem obdobju je bila ena od glavnih nalog oblikovanje turističnih proizvodov za pohodništvo in kolesarjenje. Rezultat aktivnosti je ta, da je na spletni strani [www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com) opisanih 25 pohodniških poti in 13 kolesarskih poti različnih težavnosti in vsebin. Turistu so na spletni strani ponujene osnovne informacije, kaj lahko na teh poteh doživi. Za nekatere poti je mogoče najeti usposobljenega in certificiranega vodnika, kar je tudi eden od rezultatov aktivnosti v prejšnjem strateškem obdobju. Za ljubitelje gorskega kolesarjenja je poskrbljeno v MTB Trail centru Kočevje, največjem MTB Trail centru v Sloveniji. Vzpostavljenih je 11 trailov različnih težavnostnih stopenj, ki se prepletajo na skoraj 20 km poti. Ponudbo MTB Trail centra dopolnjujejo **skill park** z lesenimi objekti, na katerih se kolesarji naučijo ravnotežja, skokov in ostalih gorskokolesarskih veščin, **pump track** z asfaltiranimi grbinami in zavoji, ki so ritmično povezani v krožno celoto in nudijo zabavo kolesarjem vseh starosti, dobrodošli pa so tudi skiroji in poganjalčki, **dirt linija** za učenje skokov, sestavljena iz sedmih zaporednih skokov na dveh linijah, lažje s »tabli« in težje z »gapi«, ter **pro linija skokov** z 8 do 10 metrov dolgimi skoki z »gapi«, ki je namenjena najboljšim kolesarjem, veščim skakanja. Kolesarje na začetek prog prevaža »shuttle«. Za nadaljnji trajnostnejši razvoj centra so potrebne investicije v žičnico na vrh Livoldskega vrha ter razvoj gostinske ponudbe na področju ob Brunarici.

**Jasno oblikovana krovna znamka destinacije.** Destinacija Kočevsko je že v prejšnjem strateškem obdobju izoblikovala jasno krovno blagovno znamko Kočevsko – Skrivnostni gozd Slovenije. Krovna zgodba podobe destinacijske znamke so gozdovi, ker je Kočevsko območje, kjer leži »**edini pravi gozd**« v Sloveniji. Destinacija Kočevsko pod svojim okriljem združuje in pomaga razvijati turistično in kulturno





Foto: Jošt Gantar

ponudbo celotnega območja. Vsa komunikacijska orodja so poenotena vsebinsko in grafično ter jasno izkazujejo glavno konkurenčno prednost destinacije – gozdove. S takšnim profesionalnim pristopom in krepitevijo krovne znamke destinacije je treba nadaljevati.

**Prepoznavne prireditve.** Poleg oblikovanja različnih turističnih proizvodov za aktivnosti v naravi je bila ena glavnih nalog v prejšnjem strateškem obdobju vzpostavitev prepoznavnih športnih prireditev za rekreativce. V tem obdobju so se v slovenskem



Foto: Kočevsko



prostoru odlično pozicionirale tri: **Po medvedovih stopinjah, Navkreber na Strmo Reber in Kočevsko outdoor festival**. Vzdržljivostni pohod **Po medvedovih stopinjah** že od leta 2013 poteka po Roški pešpoti, ki je dolga 64 km ter ponuja izkušnjo tišine in miru med stoletnimi orjaki, občutek povezanosti življenja ter športni izziv za tiste, ki si upajo dotakniti meja svoje vzdržljivosti. Pot vodi pohodnike skozi mogočne gozdove Kočevskega roga, mimo Rudniškega jezera, paleolitskega najdišča Željnskih jam, porušenih zidov nekdanjih kočevarskih vasi, Kraljice Roga – druge najdebelejše jelke v Sloveniji – in drugih znamenitosti. Na letošnji pohod Po medvedovih stopinjah (2025) se je prijavilo kar 3003 pohodnic in pohodnikov. Kljub blatni in razmočeni poti se jih je na traso podalo 2347, med njimi 859 na celotno in 1489 na krajšo pot (36 km). V neugodnih vremenskih razmerah je celotno traso uspešno prehodilo 545 vztrajnih pohodnikov, krajšo pa 1335. Najmlajši med prijavljenimi je štel 10 let, najstarejši pa kar 76.

Kolesarski vzpon **Navkreber na Strmo Reber** je vzdržljivostni preizkus za najbolj pogumne in telesno pripravljene. Vzpon, imenovan tudi Medvedje črevo, poteka iz Osilnice navkreber do prelaza Strma Reber po cesti v dolžini 8400 m, na kateri je treba premagati 19 serpentin pod kotom 180°. Po 720 m višinske razlike s povprečnim naklonom 8,8 % ter največjim naklonom 17 % kolesarje na vrhu 993 m visokega prelaza Strma Reber pričakajo veličastni razgledi na Osilniško dolino.



Foto: Kočevsko

**Kočevsko outdoor festival** je tekaški outdoor festival, ki ga Zavod Kočevsko izvaja v sodelovanju z ekipo, ki stoji za dogodki Julian Alps Trail Run, Soča outdoor festival in UTVV Slovenia. Trail tek je doživetje v naravi in le redki kraji ponujajo bolj prvinsko doživetje narave, kot jo ponuja Kočevsko. Osrednji dogodek festivala se odvija ob Rudniškem jezeru. Tekmovalni program obsega trail tek na 5, 10, 15, 30 in 60 kilometrov. Tek spremlja tudi pestro spremljevalno dogajanje ([www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com)). V letu 2025 se je teka udeležilo več kot 1100 tekačev.

V letu 2025 je Kočevje prvič tri dni utripalo v ritmu motork in umetniškega navdiha! Pod taktirko in organizacijo, na pobudo Anžeta Kobole, je Zavod Kočevsko organiziral





Festival Staneta Jarma, kjer so spretni kiparji z motornimi žagami iz neobdelanih hlodov ustvarjali izjemne lesene skulpture, ki so pred očmi obiskovalcev dobile svojo obliko in zgodbo.

Dogodek je potekal pod strokovnim mentorstvom akademske kiparke in Prešernove nagrajenke Dragice Čadež ter umetnostne zgodovinarke in likovne kritičarke Anamarije Stibilj Šajn. Poseben vrhunec festivala je predstavljajo še nedeljsko hitrostno kipevanje, kjer pa je bil največji izziv ustvarjalcem le čas.

S tem dogodkom je Zavod Kočevsko bistroumno združil les, kot osnovno enoto gozda in umetnost kulturne dediščine v spomin in poklon akademskemu kiparju domačega kova Stanetu Jarmu. Organizacija prvega festivala, ki je bil odlično postavljen v okolje MTB trail centra, je pokazala njegov izjemni razvojni potencial.

Občina Kostel tradicionalno, že več kot 25 let, organizira kulturno-etnološko prireditve Tamburanje va Koste, v okviru katere se z revijalnimi nastopi, ljudskimi plesi in glasbo predstavljajo različna kulturno-umetniška društva iz Slovenije in sosednjih držav. Pojavljajo se tudi nove prireditve, kot je Festival Staneta Jarma, festival ustvarjanja v lesu z motorno žago in drugimi orodji, poimenovan po kočevskem akademskem kiparju, ki je s svojimi skulpturami in kipi pustil velik pečat v občini. V občini Kostel pa v poletnih mesecih v Fari potekata še množični prireditvi Guardians festival in Castle festival Kolpa, v Kočevju pa se poleti tradicionalno odvija Sekiromet, tekmovanje v metanju dvojne sekire.

**Geostrateška lega.** Kočevsko leži v jugovzhodnem delu Slovenije, kar mu omogoča enostavno dostopnost do drugih regij, vključno z bližnjim glavnim mestom, Ljubljano. Ta dostopnost dodatno povečuje njegovo privlačnost za turiste, ki iščejo naravne lepote in kulturne izkušnje. Ponuja edinstveno kombinacijo narave in dediščine za turiste, ki želijo pobegniti od urbanega vrveža in se povezati z naravo. Ker Kočevsko meji na Hrvaško, ima destinacija strateški položaj v okviru transnacionalnih turističnih poti in trgovinskih povezav. Ta lega prispeva k vlogi destinacije v širših evropskih projektih, ki spodbujajo trajnostni razvoj in varstvo okolja. Na ta način Kočevsko ne deluje le kot

lokalna destinacija, ampak se aktivno vključuje v večje evropske pobude, kar dodatno krepi njeno vrednost in pomen v okviru regionalnega in evropskega turizma.

**Umeščenost v ponudbo destinacije Osrednja Slovenija.** Kočevsko je z bogatimi naravnimi danostmi pomemben del ponudbe destinacije Osrednja Slovenija. Regija je znana po gostih gozdovih, slikovitih rekah, naravnih rezervatih in raznolikem živalskem in rastlinskem svetu, kar jo postavlja v središče trajnostnega in aktivnega turizma. Naravne lepote, kot so gozdovi, reka Kolpa in raznoliki ekosistemi, ponujajo številne možnosti za pohodništvo, kolesarjenje, ribolov in opazovanje narave. Komplementarnost ponudbe Kočevskega z Osrednjo Slovenijo je izrazita, saj dopolnjuje ponudbo z edinstvenimi naravnimi in kulturnimi znamenitostmi. Ljubljana kot glavno mesto je destinacija za urbane izkušnje, kulturne dogodke in zgodovinske znamenitosti, Kočevsko pa ponuja alternativo v obliki miru in naravne lepote, kar privablja tiste turiste, ki iščejo pobeg od urbanega vrveža. Idealno je za urbanega turista, ki išče kombinacijo aktivnega preživljanja prostega časa in sprostitve. Mnogi posamezniki v mestih iščejo načine, kako se povezati z naravo, biti bolj fizično aktivni in izboljšati svoje duševno zdravje. Možnosti, kot so pohodništvo po že pripravljenih poteh in obisk edinstvenih naravnih znamenitosti, ter priložnosti za učenje o lokalni kulturi in zgodovini naredijo Kočevsko privlačno izbiro za urbanega obiskovalca, ki želi izkušnjo, ki se močno razlikuje od mestnega življenja. Destinacija Kočevsko s široko paleto ponujanih aktivnosti in enostavno dostopnostjo iz makro destinacije Osrednja Slovenija pomeni pomembno nadgradnjo celotne turistične ponudbe regije, kar omogoča obiskovalcem, da doživijo naravne lepote Slovenije na način, usklajen z njihovimi potrebami in željami. Eden od odličnih regijskih turističnih proizvodov, ki so že razviti, je kolesarjenje od zmaja do medveda. Lahko se odpravite na vodeno kolesarsko avanturo in v družbi vodnika raziščite pot, ki vas bo iz Ljubljane popeljala na Kočevsko. Na voljo so **tri kolesarske poti** različnih težavnih stopenj – *lahka*, *osnovna* in *težja*, *gorsko-kolesarska* različica, ki jih lahko prekolesarite v enem ali dveh dneh v kateri koli smeri. Potenciala za razvoj drugih regijskih turističnih proizvodov je veliko.

## **USMERITEV DESTINACIJE KOČEVSKO JE, DA BO POSTALA DESTINACIJA UMIRJENEGA NARAVNEGA IN GOZDNEGA TURIZMA.**

**Umirjeni turizem ali *slow tourism*** (tudi počasni turizem) nima enoznačne definicije, saj se je oblikoval kot odgovor na hitrost sodobnega življenja in množičnost turizma. Izvira iz gibanj, kot sta »slow food« in »Cittaslow«, ter se osredotoča na etično, trajnostno in zavestno potovanje. Gre za filozofijo, ki spodbuja počasnejši ritem, poglobljeno doživljanje prostora in avtentičen stik z ljudmi, naravo in kulturo.

Raziskovalci poudarjajo, da se umirjeni turizem odmika od kvantitete doživetij k njihovi kakovosti. Turisti si želijo več časa za doživljanje lokalne kulture, hrane, tradicij in naravnih posebnosti, pri čemer zavestno zmanjšujejo svoj okoljski odtis. Po definiciji Dall'Aglio in drugih (2011) umirjeni turizem lajša stres sodobnega življenja, vrača občutek povezanosti z naravo in samim seboj ter ustvarja prostor za globlje, vključujoče izkušnje.

Po zdravstveni krizi se je pomen tega pristopa še okrepil. EHL (2021) opozarja, da umirjeni turizem postaja globalni trend, saj potniki iščejo mir, varnost in trajnostna doživetja. Pri tem je ključen poudarek dan lokalni gastronomiji, wellnessu, transformacijskim izkušnjam in digitalnemu razstrupljanju. Potovanja brez urnikov in izven omrežij omogočajo turistom odmik od mestnega vrveža in poglobljeno izkušnjo destinacije.

Avtorji, kot sta Serdane (2017) in Pécsek (2015), izpostavljajo štiri dimenzije umirjenega turizma: okoljsko, doživljajsko, ekonomsko in etično oziroma lokalnost, trajnost, avtentičnost in družbeno blaginjo. Takšen turizem prinaša koristi ne le okolju in gospodarstvu, temveč tudi lokalni skupnosti, saj krepi podjetniško pobudo, kohezijo in ponos prebivalcev.

Umirjeni turizem zato ni le alternativna oblika potovanja, ampak dolgoročna razvojna priložnost za destinacije, kot je Kočevsko, ki želijo prihodnost graditi na pristnosti, naravi in trajnostnem odnosu do prostora.

**Razvojna zgodba destinacije Kočevsko je presegla začetno fazo postavljanja temeljev.** Danes ne govorimo več le o blagovni znamki *Kočevsko – Skrivnostni gozd Slovenije* kot komunikacijski potezi, temveč o zreli, večplastni razvojni paradigmi, ki se vse bolj umešča v mednarodni prostor kot zgled celostno trajnostnega in umirjenega turizma.

Ključno vlogo pri tem ima narava, še posebej gozdovi, ki niso le osnova turistične ponudbe, temveč tudi identiteta prostora. Tu se gozd ne predstavlja, temveč živi. Je prostor tišine, opazovanja, regeneracije in kontemplacije – vrednot, ki jih sodobni turist išče bolj kot kadarkoli prej.

Zaradi tega naravnega bogastva in že obstoječe strukture ponudbe, ki temelji na pohodništvu, opazovanju divjih živali, gorskem kolesarjenju, naravoslovnem izobraževanju in lokalni kulinariki, je Kočevsko **idealna platforma za razvoj umirjenega turizma**. Gre za model turizma, ki nasprotuje hitrim, potrošniško naravnanim trendom in namesto tega vzpostavlja **prostor za kakovostno, počasno, vključujočo in odgovorno izkušnjo** tako za turista kot za lokalno skupnost.

V tem smislu destinacija Kočevsko presega vlogo zgolj regionalnega središča za aktivni turizem v naravi. Z jasno usmeritvijo v trajnost, počasnost in odgovornost postaja Kočevsko **prototip novega turizma v Evropi – takšnega, ki ne temelji le na številkah, ampak na ravnovesju med naravo, družbo in ekonomijo**. Je prostor, kjer se krepi občutek za lokalno, kjer se valorizira kulturna dediščina in od koder obiskovalec odide ne le navdušen, temveč tudi pomirjen, obogaten in preoblikovan.

**Kočevsko torej ni več samo skrivnostni gozd Slovenije.** Postaja **sinonim za najbolj prvinski gozd Evrope** – destinacija, kjer narava ni kulisa, temveč glavni akter; kjer turizem ni hrupen, temveč tih; kjer prihodnost temelji na spoštovanju preteklosti in odgovornem oblikovanju sedanjosti. V tej tišini se skriva največja moč Kočevskega – moč, da postane vzor drugim in prostor, kamor se vedno znova vračamo po stik z naravo in s samim seboj.



## 4.2. DNK IN USP DESTINACIJE

V sodobnem turizmu, v katerem globalni trendi vse bolj nagrajujejo destinacije, ki spodbujajo zavedanje, trajnost in avtentičnost, je **umirjeni turizem** postavljen v jedro prihodnjega razvoja turizma v regijah z izjemnimi naravnimi danostmi. *Destinacija Kočevsko*, ki že vrsto let gradi identiteto na edinstveni naravni podlagi – gozdovih, vodi in miru – se tako organsko umešča v ta okvir. Umirjeni turizem ni zgolj počasno potovanje, temveč pomeni globlji filozofski in operativni koncept, ki spodbuja lokalno vključenost, naravni ritem, zmanjševanje okoljskega odtisa ter ustvarjanje čustveno globokih in trajnostno naravnanih doživetij.

Ob vsem navedenem lahko z gotovostjo trdimo, da je **umirjeni turizem idealna krovna razvojna zgodba** za destinacijo Kočevsko. To ni umetno vsiljena identiteta, temveč **naravno nadaljevanje že oblikovanih usmeritev**, ki so prepoznavnost gradile na naravi, tišini in aktivnostih, ki ne obremenjujejo prostora. Namesto da bi ustvarjali novo vsebino, je pomembno okrepiti obstoječe temelje ter jih povezati v logičen in dolgoročno vzdržen sistem.

### Naravne danosti kot temelj diferenciacije

Kočevsko je z vidika naravne osnove v slovenskem in širšem evropskem prostoru **izjemno konkurenčna destinacija**. Osnovna konkurenčna prednost destinacije je **izjemna ohranjenost naravnega okolja**, še posebej gozdov.

Pragozdni ostanki, reka Kolpa – gozdna reka – ter Rudniško (Kočevsko) jezero kot eno najčistejših v državi tvorijo **celosten prostor doživetij narave**, kjer se povezuje voda, gozd, zrak in tišina. To je prostor, kjer se obiskovalec ne le giblje v naravi, ampak jo tudi doživlja – globoko, umirjeno, prisotno.

### Povezovanje gozdnega in umirjenega turizma

Gozdni turizem je podzvrst naravnega turizma, pri katerem je **gozd glavni oziroma prevladujoči motiv za obisk destinacije**. Njegove razsežnosti presegajo fizično rekreacijo – vključujejo tudi psihično obnovo, učenje, opazovanje in tiho prisotnost. Na Japonskem in drugod po svetu se uveljavljajo prakse, kot je *gozdna kopel* (*shinrin-yoku*), ki znanstveno dokazano zmanjšuje stres in spodbuja regeneracijo. Kočevsko ima kot prostor **najbolj prvinskih gozdov Evrope** izjemen potencial, da postane evropsko središče za tovrstna doživetja.

Ko k temu dodamo še **načela umirjenega turizma**, dobimo koncept, ki **ni usmerjen v množice**, temveč v **posameznika, ki išče globljo izkušnjo in osebni stik s krajem**. Tak turist je bolj zavzet, bolj odgovoren in praviloma tudi finančno stabilnejši. Z drugimi besedami, vrednost na turista je višja, njegov vpliv na okolje pa nižji – kar je **temeljna ambicija sodobnega trajnostnega razvoja turizma**.

### Operativni model: kakovostnejša sekundarna turistična ponudba za vrhunski primarni element

Kot je bilo že opredeljeno, se destinacija Kočevsko strateško osredotoča na glavni koncept: **»Gozd v družbi celovite, trajnostne in kakovostne sekundarne turistične ponudbe.«**

To pomeni, da ima destinacija že **izjemen primarni turistični element** – gozd in naravo –, zdaj pa je ključno, da k njemu **navezujemo kakovostno in uravnoteženo sekundarno ponudbo**:

- nastanitve;
- gostinsko ponudbo;
- interpretativne centre;
- aktivnosti, delavnice;
- vodene izkušnje;
- umirjena doživetja.

Pomembno je, da se vsi elementi vključijo v **skupno vrednostno verigo**, v kateri vsaka komponenta dodaja kakovost in nadgradnjo glavnemu motivu obiska. Pozicioniranje Kočevskega kot destinacije temelji na:

- brezskrbnosti in občutku varnosti;
- počasnem ritmu življenja in minimalnem zunanjem dražljaju;
- čistosti zraka in vode;
- telesnem in duševnem dobrem počutju;
- **pristni lokalni gastronomiji**, ki temelji na sezonskih in avtohtonih sestavinah,
- trajnostnih aktivnostih v naravi, ki vključujejo pohodništvo, kolesarjenje, opazovanje divjih živali ter interpretacijo in doživljanje gozda.

Ta koncept se logično vključuje v **krovno vizijo slovenskega turizma – Zelena butičnost. Manjši odtis. Večja vrednost za vse**. Strategija Kočevskega bo zato še naprej temeljila na **razvoju butičnih produktov**, ki so tesno povezani z lokalno skupnostjo, naravo in kulturno dediščino, z minimalnim vplivom na okolje ter z visoko dodano vrednostjo.

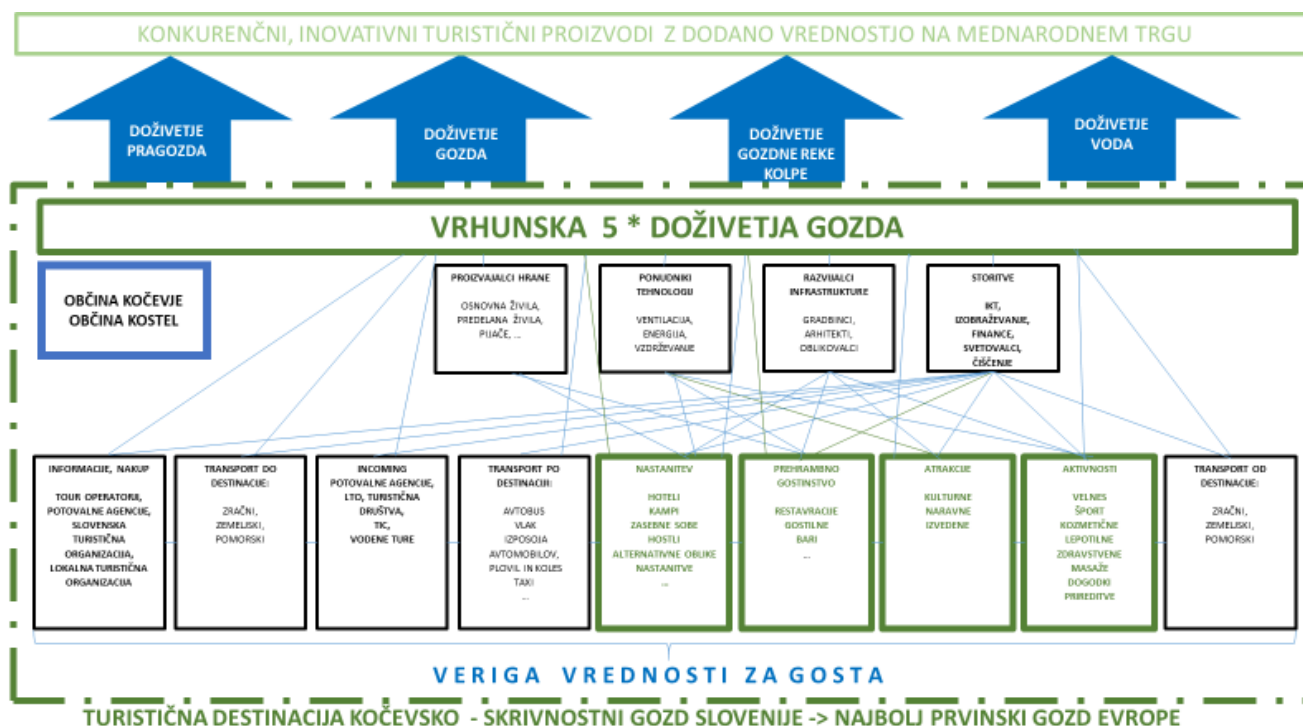
### **Sinergija med deležniki in dolgoročnost**

Z dolgoročnim pogledom – **desetletno razvojno strategijo** z operativnimi (dvo) letnimi akcijskimi načrti – bo destinacija Kočevsko lahko ustvarila **konsistentno in predvidljivo okolje za razvoj trajnostnega in umirjenega turizma**. Sodelovanje med občinama Kočevje in Kostel, med turističnimi ponudniki, zunanjimi partnerji, izobraževalnimi ustanovami in prebivalstvom, je **osnova za trajen uspeh**.

Umirjeni turizem ni le dodatna plast. Je **integrativna razvojna os**, ki povezuje okoljske, gospodarske, družbene in kulturne elemente v celovit model turističnega razvoja, ki daje prednost kakovosti pred kvantiteto in s tem najbolj ustreza značaju Kočevskega kot **destinacije miru, gozda in prvinskosti**.

Kočevsko torej ne postaja samo še ena destinacija za umik v naravo. Postaja **simbol odgovornega, pristnega in zdravilnega turizma prihodnosti** – turizma, ki spoštuje in neguje kraj, skupnost in gosta.

**Slika 1. Veriga vrednosti turistične destinacije Kočevsko.**



V preteklem strateškem obdobju smo za destinacijo Kočevsko opredelili dve ključni razvojni fazi, ki odražata zaporedno rast destinacije in strateško preusmeritev iz osnovnega oblikovanja turistične ponudbe v smeri dolgoročnega razvoja kakovostnega, trajnostnega turizma z visoko dodano vrednostjo.

Prva razvojna faza se je osredotočala na **oblikovanje osnovne turistične infrastrukture, proizvodov in prireditev**, namenjenih predvsem **obiskovalcem in tranzitnim turistom**, ki se v destinaciji ustavijo za krajši čas ali jo doživijo ob poti drugam. V tej fazi je bil poudarjen razvoj dostopnih in atraktivnih turističnih produktov, ki bi vzpodbudili prve stike z območjem ter ustvarili začetno percepcijo Kočevskega kot zanimive, naravno bogate destinacije.

Druga razvojna faza pa je nadgradila osnovne produkte in načrtala smer **k oblikovanju celovitih turističnih doživetij**, usmerjenih na **ciljne skupine turistov**, ki v destinacijo prihajajo zaradi oddiha, rekreacije in poglobljenega doživljanja. Te usmeritve so pomenile tudi **pomik k dolgoročnejšemu bivanju turistov v destinaciji**, kar je neposredno povezano z vprašanjem **povečevanja števila turističnih nočitev** in posledično gospodarskega učinka turizma na lokalno okolje.

S strateškega vidika je bilo ključno, da se je destinacija v tem obdobju usmerila **k povečanju nastanitvenih zmogljivosti**, kar je osnovni pogoj za kvantitativni razvoj turizma in doseganje višjih prihodkov. Ob tem je bila razvita tudi prepoznavna prireditvena in produktna ponudba, ki je slonela na izjemnem naravnem potencialu območja, zlasti **doživetjih gozdov, pragozdov, vodnih površin ter miru in tišine**. S tem smo uspešno **preusmerili razvoj od množičnosti k butičnosti**, kar danes postaja tudi osrednja usmeritev slovenskega turizma.



### Nadaljnje usmeritve: od tranzitne postaje k trajnostni destinaciji

Kljub napredku ostajajo **izpostavljeni izzivi**. Še vedno je treba sistematično razvijati **gostinsko in nastanitveno ponudbo ob glavnih prometnih poteh**, kot sta povezavi Novo mesto – Kočevje – Brod na Kolpi in Kočevje – Petrina. Za obiskovalce in tranzitne goste ostaja ključna **ureditev kopališč/plaž na Kolpi, v gozdnih resortih in na Rudniškem (Kočevskem) jezeru** s poudarkom na naravnih bazenih, ki bodo omogočili celostno doživetje naravnega okolja.

Prav tako je treba **nadgrajevati kakovost storitev in usposobljenost lokalnih ponudnikov** – predvsem na področju interpretacije naravne in kulturne dediščine, vodniških storitev, gostinske ponudbe in butičnih nastanitev. Kakovost ni več le konkurenčna prednost, temveč osnovna pričakovana vrednost s strani trajnostno ozaveščenih turistov. Poudarek mora biti tudi na **aktivni promociji** destinacije, pri čemer je treba izpostaviti predvsem zdravilne, sprostitvene in obnovitvene učinke gozda – konkurenčno prednost, ki jo v Evropi premorejo le redke destinacije.

### Moč blagovnih znamk kot vzvod za razvoj

Eden ključnih rezultatov preteklega obdobja je bilo **ustvarjanje močnih destinacijskih znamk**, ki združujejo naravno dediščino z doživetjem. Osrednji nosilni koncept



Foto: Kapele

»**Skrivnostni gozd Slovenije**« je treba nadalje krepiti in razvejati v **tematske podznamke**, ki ponujajo jasne, doživljajske obljube:

- **gozdni glamping resort** kot simbol butične nastanitve v naravi;
- **gozdne kočice in središča** kot koncept oddiha za umik iz vsakdanjika;
- **gozdni festival** kot naravno prizorišče za umetnost;
- **Okusi gozda, Gozdni zajtrk, Gozdna savna, Gozdni piknik** kot specializirane gastronomske in doživljajske enote.

Poleg gozdne tematike se je oblikovala tudi **znamka »Gozdna reka Kolpa«**, ki je zaradi edinstvene umeščenosti – reka, ki jo iz vseh strani objemajo gozdovi – izredno atraktiven simbol za razvoj vodnih doživetij: kopanja, supanja, kajakaštva, naravnih wellness programov in meditacij v naravi.

Vsi ti elementi so že razviti v konceptualnem smislu, zato je naloga naslednjega strateškega obdobja, da jih **operativno nadgradi**, zagotovi **kapacitete in kadre** ter jih **trženjsko pozicionira** doma in v tujini.

### **Kritična točka: neravnovesje med lokacijo razvoja in obljubo destinacije**

Občinska razvojna politika še vedno deloma **v napačno smer usmerja turizem v urbaniziranem okolju Rudniškega (Kočevskega) jezera**, kjer sicer obstaja potencial za razvoj, vendar ta **ne ustreza optimalno krovni zgodbi naravnega in gozdnega turizma**. Mesta in središča kljub svoji pomembni vlogi niso tista, ki lahko pričarajo izkušnjo prvinskosti, tišine in stika z naravo. Tam naj se razvijajo **dopolnilne storitve, informacijski centri, infrastruktura za prireditve in nastanitev za poslovne ali tranzitne goste, glavna rast nastanitvenih zmogljivosti** pa mora potekati **v naravnem okolju – v gozdu**, saj le tako nastanitve uresničijo svojo ključno vlogo, to je prenašanje obljube destinacije v konkretno izkušnjo.

Gozdna nastanitev omogoča višjo cenovno politiko, višjo dodano vrednost, daljše bivanje in večjo vključenost turistov v lokalno okolje. To je temelj za dolgoročen, stabilen in trajnostni razvoj turizma v destinaciji.

Preteklo strateško obdobje je bilo uspešno na področju začetnega oblikovanja produktov in krepitve prepoznavnosti. V naslednjem obdobju pa je treba to ponudbo **nadalje poenotiti**, zagotoviti **infrastrukturo in kadrovske vire za kakovostno izvajanje** ter se osredotočiti na **razvoj butične, visoko kakovostne in naravi skladne sekundarne ponudbe**, ki bo skupaj z gozdnim okoljem ustvarjala **ponudbo, ki je globalno edinstvena**. Turistična destinacija Kočevsko ima torej vse pogoje, da postane **vodilni primer razvoja umirjenega, gozdnega in naravnega turizma v širši regiji srednje Evrope**.

Razvojne usmeritve destinacije Kočevsko v prihodnjem strateškem obdobju v temelju ohranjajo kontinuiteto s cilji, zastavljenimi že v preteklem obdobju, a jih nadgrajujejo z dodatno razsežnostjo – predvsem v smeri **poglobljenega razvoja infrastrukture, specializacije turističnih proizvodov in prostorske diferenciacije** nastanitvenih centrov. Osnovna razvojna vizija se še naprej osredotoča na krepitev konkurenčne prednosti Kočevskega kot destinacije doživetij v naravi, zlasti skozi izkustveno valorizacijo gozda kot najdragocenejšega naravnega vira.

## **Ključne razvojne smeri**

Tako ostajajo štiri osnovne razvojne usmeritve:

- **Razvoj nastanitvenih centrov** – predvsem t. i. gozdnih resort centrov kot celovitih mikro destinacij, kjer se združujejo različne oblike nastanitve, rekreacije, gastronomije in družbenega življenja v eni prostorski enoti. Ključno je, da se ti resorti razvijajo po načelih krajinske občutljivosti, sonaravne gradnje in trajnostnega upravljanja.
- **Nadaljnje odlično izvajanje obstoječih turističnih proizvodov** za različne ciljne skupine: dnevne obiskovalce, tranzitne goste in turiste, ki v destinaciji ostajajo več dni. To pomeni nadaljnjo odlično izvedbo že delujočih programov (Roška pešpot, doživetja z opazovanjem divjih živali, gozdni produkti, kolesarske poti ipd.).
- **Krepitev obstoječih prireditvev**, kot so Po medvedovih stopinjah, Navkreber na Strmo Reber in Kočevsko outdoor festival, Tamburanje va Kostelet, Festival Staneta Jarma, pri čemer bo cilj povečanje njihove prepoznavnosti in internacionalizacije ter razvoj spremljajoče infrastrukture. Prireditve je treba strateško umestiti tudi v širši časovni razpon prek leta, da se razpršijo turistični promet in tokovi.
- **Razvoj novih turističnih proizvodov**, temelječih na trajnostnih principih, inovativnih oblikah interpretacije narave, povezovanju z lokalnimi ponudniki in poglobljenih izkustvenih vsebinah – zlasti za segmente umirjenega, regenerativnega in wellness turizma.

## **Prednostna razvojna območja: odmaknjeni gozdni robovi in strateški rekreacijski centri**

Ob že uveljavljeni razvojni usmeritvi gradnje **gozdnih glamping resortov na robovih destinacije** v bližini pragozdov, ki omogočajo vrhunsko izkušnjo stika z najbolj prvinskimi gozdovi Evrope, se v prihodnjem obdobju dodatno poudarja potreba po razvoju **nastanitvenih centrov – gozdnih resortov v bližini obstoječih funkcionalnih jeder**, kot sta

- **MTB Trail center v Dolgi vasi** in
- **prizorišče Castle festivala v Fari** v občini Kostel.

Obe lokaciji se že danes uporabljata kot središče rekreativnih in kulturnih aktivnosti, a imata še ogromen neizkoriščen potencial za razvoj celovitih turističnih produktov, saj vključujeta obstoječo infrastrukturo, lokalno angažirano skupnost in naravno okolje visoke kakovosti.

## **Vsebinski koncept nastanitvenih centrov**

Predlagani **gozdni resorti** morajo biti načrtovani kot **večnamenski, modularni in trajnostni** sistemi, ki vključujejo:

- **kamp in postajališče za avtodome** s poudarkom na samooskrbnosti, naravnem hlajenju, reciklaži vode in odpadkov;
- **prireditveni prostor** z osnovno infrastrukturo za manjše festivale, tržnice ali prireditve na prostem;



- **gostinske enote**, zasnovane po principih lokalne gastronomije in kratkih dobavnih verig;
- **naravno kopališče**, urejeno kot naravni bazen ali na obstoječih vodnih virih (jezera, tolmoni, odseki reke), s poudarkom na kakovosti vode in sonaravni ureditvi;
- **športna igrišča in naprave**, ki vključujejo tudi **fitnes na prostem in trim steze**, umeščene v gozdne mikro ambiente, kjer se povezujeta gibanje in regeneracija;
- **večnamensko stavbo**, ki lahko služi kot **skupnostni center**, prostor za delavnice, izobraževanja, razstave ali informacijska točka destinacije;
- ter v nadaljnji fazi tudi **glamping enote, adrenalinski park, plezalne in orientacijske poligone**, vse znotraj jasnih okvirov trajnostnega upravljanja.

### **Prostorska primerjava: MTB Trail center kot strateško jedro**

Pomembno je razumeti razliko med možnima lokacijama za razvoj gozdnega resorta. **Rudniško (Kočevsko) jezero** kljub lepoti **ni skladno s krovno obljubo destinacije**, ki temelji na neokrnjenosti in odmaknjenosti. Bližina urbanega okolja, industrijskih con in prometne infrastrukture zmanjšuje potencial za ustvarjanje izkušnje, ki jo sodobni obiskovalec pričakuje pod znamko »Skrivnostni gozd Slovenije«.

Nasprotno pa **lokacija MTB centra v Dolgi vasi** ponuja idealno kombinacijo **geografske dostopnosti in naravne umeščenosti**. Nahaja se na robu naselja, že v objemu gozdov, z odprtimi možnostmi za kolesarske, pohodniške in naravne aktivnosti, ter z močno, že uveljavljeno rekreativno skupnostjo. Ima potencial, da postane **središče trajnostne turistične izmenjave**, kjer se stikajo lokalna skupnost, rekreativci, športniki, kulturniki in obiskovalci.

Destinacija Kočevsko ima s temi usmeritvami možnost, da se vse bolj razvija v **prostorsko strukturirano, produktno diferencirano in vsebinsko zaokroženo destinacijo**, v kateri so posamezni elementi ponudbe natančno umeščeni v prostor glede na ciljne skupine, konkurenčne prednosti lokacij in zmožnosti lokalnega okolja.

Predlog razvoja **gozdnega resorta v sinergiji z MTB Trail centrom in prizoriščem kulturnih prireditev** pomeni strateško priložnost, da destinacija vstopi v naslednjo razvojno fazo – **preobrazbo iz zbirke atrakcij v sistemsko povezano destinacijsko izkušnjo**, ki bo nudila visoko kakovost bivanja, doživetij in regeneracije za turiste in domačine.

**Gozdni resort** pomeni sodoben, trajnostno naravnan turistični kompleks, ki je zasnovan kot celovita destinacija za vse, ki si želijo preživeti čas v naravi, vendar z vsem udobjem, ki omogoča prijetno bivanje in bogato paleto doživetij. Glavna značilnost resorta je njegova prostorska in programska celovitost – na enem mestu ponuja **nastanitev, prehranske storitve, rekreativne in športne aktivnosti ter kulturne in družabne vsebine. Arhitekturna zasnova resorta izhaja iz naravnega okolja**, zato se pri gradnji in opremljanju objektov v največji meri uporablja **les** – po možnosti lokalni, certificiran in odgovorno pridobljen. Les simbolizira stik z naravo, toplino, avtentičnost in naravno estetiko, hkrati pa ponuja odlično izolativnost in trajnostno vrednost. Objekti se skladno vključujejo v okolje in ne motijo gozdne krajine, temveč postanejo njen organski del.

V središču gozdnega resorta stoji **večnamenska stavba**, ki predstavlja **družabno, kulturno in funkcionalno jedro celotnega kompleksa**. Ta objekt ni le prostor za bivanje ali prehrano, temveč je zamišljen kot skupnostni center, kjer se prepletajo vsakdanje potrebe gostov, lokalnih prebivalcev, priložnostne aktivnosti in organizirane vsebine. V tej stavbi so:

- **Osrednja dvorana – »dnevna soba gozda«.**

Glavna dvorana v stavbi je **prostorna, svetla in »toplo« zasnovana soba**, ki združuje **bar, manjšo restavracijo ali jedilnico** in **večnamenski prostor** za počitek, druženje ali predavanje. Z velikimi panoramskimi okni se prostor odpira proti naravi, kar obiskovalcem omogoča, da ostanejo v vizualnem stiku z okoljem tudi med družabnimi dejavnostmi.

- **Prostori za otroke in mladino.**

V stavbi je **otroški kotiček ali igralnica**, namenjena najmlajšim gostom. Ta prostor je varen, iz naravnih materialov, z didaktičnimi igrami, lesenimi sestavljanjkami in naravoslovnimi vsebinami. Ob njem je lahko tudi **mladinski prostor z igralnimi konzolami, knjigami, družabnimi igrami** ali celo manjša (mini)kinodvorana za projekcije.

- **Umetniški in razstavni prostor.**

Del notranjih sten stavbe je zasnovan kot **galerijski prostor**, kjer se predstavljajo **lokalni umetniki, dijaki umetniških gimnazij ali študentje** z deli, ki se nanašajo na gozd, naravo, ekološko zavest ali lokalno identiteto. S tem center postane tudi **kulturna platforma**, ki odpira prostor kreativnosti in izražanja.

- **Prostor za delavnice, predavanja in srečanja.**

V večnamenski stavbi so tudi **manjši modularni prostori** ali dvorane, ki jih je mogoče prilagoditi glede na dejavnost. Tu se lahko izvajajo **gozdne delavnice, kulinarčni tečaji, seminarji o trajnostnem razvoju, delavnice zeliščarstva, wellness programi, joga**, izobraževanja za lokalne vodnike in drugo. Te prostore je možno uporabljati tudi za **seminarje, teambuilding programe ali organizacijo manjših poslovnih srečanj** v naravi.

S celostno umeščenostjo in zasnovo večnamenske stavbe gozdni resort center presega zgolj funkcijo nastanitve in prehrane – postane **kulturno, družabno in družbeno stičišče**, kjer se srečujejo obiskovalci, domačini, umetniki, športniki in strokovnjaki. V ospredje postavlja **trajnost, lokalno identiteto in povezovanje**, kar ga uvršča med referenčne primere sodobnega, zelenega turizma v naravi.

Ob večnamenski stavbi gozdnega resort centra se razprostira **gostinski del**, ki je zamišljen kot razgiban in privlačen **kulinarčni kotiček**, prilagojen sodobnim trendom prehranjevanja na prostem in v naravi. Gre za **sodobno zasnovan niz prehrabnih objektov po principu »food stands«** – lesenih stojnic oziroma manjših kuhinj na prostem, ki ponujajo hitro, a kakovostno hrano, pripravljeno iz **lokalnih, svežih in sezonskih sestavin**.

**Slika 2. Primer skupnega večnamenskega prostora v lesu z jedilnico.**



### **Koncept samopostrežnih kulinarčnih enot (food stands)**

Vsaka stojnica je oblikovana po principu samostojne tematske enote in ponuja različne jedi – od **preprostih prigrizkov** (sendviči, pite, domače juhe) do **sodobnih jedi**, kot so **burgerji, takosi, pice iz krušne peči, solatne skleda, jedi z žara in veganski meniji**. Ob tem ima pomembno mesto tudi **lokalna kuhinja**, saj ena izmed stojnic ponuja značilne jedi Kočevskega (npr. jedi iz divjačine, ajdove žgance, gobovo juho, domače skutne štruklje, zeliščni čaji in domače pijače).

Te stojnice niso le prostori za prehrano, ampak tudi **priložnost za promocijo lokalnih kulinarčnih ponudnikov, domačij in kmetij**, ki lahko s sodelovanjem v sistemu ponudbe hrane predstavljajo in tržijo svoje izdelke. **Gostinske enote so oblikovane v leseni, estetsko enotni arhitekturi**, ki se sklada z naravnim ambientom in gradi prepoznaven vizualni pečat sredi centra.

### **Prostor za uživanje hrane in druženje**

**Hrano iz stojnic obiskovalci lahko zaužijejo v več prostorih** – v notranjih prostorih večnamenske stavbe, ki pozimi ali v slabem vremenu omogočajo udobno zavetje z mizami in klopmi, ter **na prostorni leseni terasi**, ki se razprostira pred stavbo in ponuja čudovit razgled na okoliško naravo. Terasa je opremljena z masivnimi lesenimi mizami, senčniki, ambientalno osvetlitvijo in dekorativnimi elementi iz naravnih materialov (kamni, les, zeliščna korita), kar ustvarja **sproščeno, domačno in prijetno atmosfero za obiskovalce vseh starosti**.

### **Piknik prostori v naravnem ambientu**

Poleg osrednjega gostinskega prostora so **v različnih delih resorta urejena tudi piknik mesta**, ki obiskovalcem omogočajo, da se umaknejo v manjše, bolj zasebne kotičke sredi gozda ali na odprtih travnatih jasah. Ta mesta vključujejo **lesene klopi in mize, kurišča za pripravo hrane ali zgolj za večerno druženje, senčna zavetja in naravne elemente**, ki spodbujajo sproščeno prehranjevanje na prostem. Piknik prostori so



zasnovani na način, da omogočajo **družinam, manjšim skupinam, šolskim izletom ali parom** varno in udobno izkušnjo obrokov sredi narave brez potrebe po uporabi elektrike ali umetne infrastrukture. Nekateri prostori so opremljeni tudi z **naravnimi igrišči** za otroke, kar omogoča brezskrbno uživanje hrane staršem, medtem ko se otroci igrajo.

Celoten gostinski del gozdnega resorta sledi načelom **trajnostnega turizma**, kar pomeni:

- uporabo **lokalnih in ekoloških sestavin**;
- minimalno uporabo embalaže (ter razgradljiva embalaža, kadar je potrebna);
- **ločeno zbiranje odpadkov**;
- poudarek na **zmanjševanju količine zavržene hrane** (z manjšimi porcijami, »zero waste« pristopi),
- možnost ponovne uporabe krožnikov ali uporabo **povratne embalaže**.

S tako zasnovo gostinske ponudbe gozdni resort center ne zagotavlja le prehranskih storitev, temveč gradi **unikaten kulinarični ekosistem**, ki postane **prostor okušanja narave**, spoznavanja lokalne identitete in **druženja ob dobri hrani sredi gozda**. Gre za celostno doživetje, pri katerem se hrana ne doživlja kot funkcija, ampak kot **kulturni in socialni element**, ki povezuje obiskovalce, lokalno skupnost in naravno okolje.

**Slika 3. Primer sproščeno urejenega zunanjskega prostora iz lesa ob stojnicah s hrano.**



**Slika 4. Primer stojnic s hrano in enostavnih jedi.**



**Možnosti nastanitve v gozdnem resortu so zasnovane z upoštevanjem trajnostnih načel, potreb različnih ciljnih skupin in postopnega, premišljenega razvoja, ki temelji na realnih investicijskih zmogljivostih. Sistem nastanitve je modularen, prilagodljiv in prilagojen okolju, v katerem nastaja – torej v objemu gozdov, kjer je narava osnovni vir izkušnje.**

### **Funkcionalna raznolikost nastanitev**

V začetni fazi resort ponuja **kamp območje**, namenjeno klasičnemu kampiranju z možnostjo postavitve šotorov in parkiranja manjših počitniških prikolic. Kamp je osnovna in najbolj cenovno dostopna oblika nastanitve, namenjena predvsem ljubiteljem aktivnega preživljanja prostega časa, družinam, pohodnikom in kolesarjem. V kampu so zagotovljene vse osnovne funkcionalnosti skladno s pravilnikom o kategorizaciji – priključki za elektriko in vodo, urejeni sanitarni prostori, prostori za pripravo hrane ter zaščitena območja za počitek in piknik. S stališča postopnosti investicije lahko naprej v osrednji stavbi v zgornjem nadstropju oblikujemo eno ali več enot nastanitev – sob ali apartmajev. To nam omogoča, da so v resortu pozneje ostale vrste nastanitev tudi izvenstandardne oblike, da ni treba zagotavljati vseh elementov za kamp po obstoječi kategorizaciji. Ta odločitev je stvar izračunov v študiji izvedljivosti in regulacije v novem zakonu o gostinstvu in z njim povezanimi pravilniki.

**Postajališče za avtodome** dopolnjuje osnovno nastanitveno ponudbo in nagovarja vedno večjo populacijo avtodomarjev, ki iščejo varno in urejeno postojanko sredi narave. Ta del naj vključuje več parkirnih mest z možnostjo priklopa na elektriko, dostop do sanitarij, oskrbne točke za vodo in praznjenje odpadnih vsebin ter prostor za mirno bivanje v naravnem okolju, kar spodbuja trajnostne in mobilne oblike turizma.

V poznejših fazah razvoja je predvidena gradnja **glamping enot**, ki združujejo udobje hotelskega bivanja z neposrednim stikom z naravo. Glamping je zasnovan kot izkušnja višje dodane vrednosti in nagovarja obiskovalce, ki si želijo **luksuza v naravi**, a brez prekinjene povezave z gozdnim ambientom. V okviru glamping ponudbe se predlagajo:

- **drevesne hiške**, ki nudijo edinstveno izkušnjo bivanja med krošnjami;
- **glamping šotori** z lesenim podom, ogrevanjem in lastno kopalnico;
- **bivaki in lesene kabine**, ki sledijo načelom minimalističnega dizajna in funkcionalnosti.

V vseh oblikah naj kot primarni gradbeni material prevladuje **les**, kar ustvarja topel, naraven ambient, ki se hkrati lepo sklada z okoljem. Arhitekturni slog glampinga mora izražati trajnostno usmerjenost, spoštovanje do narave in povezavo z lokalno tradicijo gradnje (npr. uporaba lokalnih lesnih vrst, tradicionalni strešni nakloni, naravni izolacijski materiali).

### **Postopen razvoj skozi organsko rast**

Vsa nastanitvena infrastruktura se razvija po principu **organske rasti**, kar pomeni, da se nove enote dodajajo **v skladu z dejanskimi potrebami in finančnimi možnostmi**. Upravljavec oziroma lastnik resorta ne gradi velikih kompleksov vnaprej, temveč sledi logiki trajnostnega razvoja: vsak presežek prihodkov se investira v razširitev ali izboljšanje obstoječe ponudbe. Ta pristop omogoča visoko prilagodljivost in večjo odgovornost do okolja ter zmanjšuje investicijsko tveganje. Če ima investitor večje zmožnosti, se to priporoči v dogovoru z drugimi deležniki ne upošteva.

Prednost takšne rasti je tudi **večja vključenost lokalne skupnosti**, saj se postopno širjenje pogosto izvaja prek lokalnih izvajalcev, obrtniških podjetij in dobaviteljev materiala, kar povečuje ekonomski učinek resorta v lokalnem okolju.

Celoten koncept nastanitve ni zgolj nastanitvena storitev, temveč je zasnovan kot **doživetje narave**. Gost ne prebiva v izoliranem hotelu, temveč **sredi gozda**, obkrožen z zvoki ptic, vonjem lesa in tišino, ki jo v sodobnem življenju pogosto pogrešamo. Ta povezava med bivanjem in doživetjem je ključna konkurenčna prednost destinacije Kočevsko, ki jo gozdni resort center v svoji celovitosti izkorišča in nadgrajuje.

### **Naravno kopališče in savna kot del gozdnega wellnessa**

Eden izmed ključnih elementov celostne zasnove gozdnega resort centra je **naravno kopališče**, ki ne deluje le kot infrastrukturni objekt, temveč kot **vodno doživetje v srcu narave**. Umeščeno je premišljeno – bodisi v osrednji del resorta bodisi je nekoliko oddaljeno na njegovem zunanjem robu, vendar še vedno v neposredni bližini nastanitvenih enot. Ta razporeditev omogoča enostaven dostop, obenem pa ohranja občutek zasebnosti in miru, ki je bistven pri izkušnji kopanja v naravnem okolju.



Naravno kopališče ni zgolj estetski dodatek; njegova zasnova temelji na principih **trajnostnega upravljanja vode**. Čiščenje poteka z uporabo **naravnih filtracijskih sistemov**, ki vključujejo plasti peska, vodne rastline in mikroorganizme. Takšen ekološki pristop omogoča, da se kakovost vode ohranja brez uporabe kemičnih sredstev, kar ustvarja kopališče, ki je **varno, biološko aktivno in harmonično z okoljem**. Obenem pa se s tem spodbuja tudi **biodiverzitet**a, saj se okoli bazena razvijejo življenjski prostori za različne vrste žuželk in ptic, kar dodatno obogati naravno izkušnjo obiskovalca.

Poleti postane naravni bazen nepogrešljiv element turistične ponudbe, saj ponuja **edinstveno priložnost za osvežitev** v naravi. Voda brez umetnih dodatkov omogoča bolj zdrav stik z okoljem, gostje pa kopanje doživljajo kot **mentalno sprostit**ev, telesno regeneracijo in čustveno umiritev. Zaradi estetske vrednosti in naravne integracije prostor postane tudi **vizualna znamenitost**, ki jo je mogoče uporabljati v promocijske namene.

Nepogrešljiv sestavni del wellness izkušnje v takšnem resortu je tudi **savna**, ki je v začetni fazi razvoja **preprosta lesena finska savna**, umeščena ob rob gozda ali neposredno ob naravni bazen ali potok. Ta postavitev omogoča neposreden stik s krajino in nadaljuje zgodbo povezanosti z naravo. Savna, zgrajena iz lokalnega lesa in drugih naravnih materialov, gostu ponudi **intimen prostor za regeneracijo, toploto in sprostit**ev, ki jo dopolnjuje hladen zrak ali potopitev v bližnje vodno telo.

Savna v naravnem okolju ni le objekt dobrega počutja – postane **simbol harmonične skrbi za gosta**, ki se izraža v detajlih, kot so naravna svetloba, pogled na gozd, tišina in zeliščne esence iz lokalnega okolja. Takšna izkušnja ne krepi le fizičnega zdravja, temveč tudi čustveno stabilnost in zaznana kakovost bivanja.

Zaradi vsega naštetega se lahko naravno kopališče in savna uveljavita kot **osrednja elementa gozdnega wellnessa**, ki dopolnjujeta turistično ponudbo resorta s programi za sprostitev, revitalizacijo in stik z naravo. Njuna dodana vrednost se ne meri zgolj v številu obiskovalcev, temveč predvsem v **globini doživetja**, ki spodbuja daljše bivanje, višjo porabo na obiskovalca in pozitivno promocijo destinacije.

Z integracijo teh vsebin gozdni resort center ne ponuja zgolj nastanitve in aktivnosti, temveč **celostno življenjsko izkušnjo v naravi**, ki temelji na telesni obnovi, mentalnem oddihu in čustveni povezanosti z okoljem.

**Slika 5. Primer naravnega bazena.**



### **Športno-rekreativne dejavnosti kot temelj aktivnega gozda**

V okviru gozdnega resort centra imajo **športne in rekreativne dejavnosti** osrednjo vlogo pri oblikovanju vsakodnevnega doživetja obiskovalcev. Aktivnosti na prostem niso zgolj prosti čas, temveč sestavni del ponudbe, ter krepijo fizično in duševno zdravje, spodbujajo druženje in prispevajo k aktivni participaciji gostov vseh generacij.

Zasnova vključuje **večnamenska športna igrišča**, prilagojena za rekreativno igranje **odbojke na mivki/travi, košarke, badmintona**, in drugih ekipnih športov, ki omogočajo interakcijo med obiskovalci, pa tudi vključevanje lokalnih skupnosti. Ob teh so umeščene **mize za namizni tenis**, ki zaradi neformalnosti privabljajo širok spekter uporabnikov, od otrok do starejših. Dodatno so nameščene **zunanje fitnes naprave**, ki omogočajo vadbo za moč z lastno telesno težo, vzdržljivost in gibljivost – na prostem, v senci dreves, v sozvočju z naravo.

Za najmlajše obiskovalce je predvidena postavitvev **ustrezno varovanih otroških igralskih**, ki vključujejo gugalnice, plezalne strukture **iz lesa**, senzorične poti ter mini gozdne poligone. Poudarek je na naravnih materialih in vključevanju izobraževalnih elementov, s katerimi otroci skozi igro spoznavajo gozd in njegove prebivalce.

### **Adrenalinski in pustolovski park – dodana vrednost za aktivne goste**

V kasnejši fazi razvoja resorta je predviden **adrenalinski oziroma pustolovski park**, ki vključuje **plezalne stene, zipline**, viseče mostove, **gozdne poligone različnih težavnostnih stopenj** in druge atraktivne strukture. Takšni parki niso zgolj sredstvo

zabave, temveč ustvarjajo **intenzivna, telesno zahtevna in čustveno bogata doživetja**, ki so posebej privlačna za mladino, družine in športne turiste.

S povezovanjem takšnih doživetij z naravno tematiko gozda (npr. »pot veveric«, »izziv divjine«, »krošnja doživetij«) se ustvari **zgodba, ki poglobi povezavo gosta z okoljem** in krepí identiteto destinacije kot aktivnega in naravi prijaznega prostora. Programi lahko vključujejo tudi vodenje s strani inštruktorjev, varnostne tečaje in timske igre, s čimer se dodatno spodbuja **razvoj socialnih veščin, timskega duha in samozavesti**.

### **Trajnostni razvoj gorskega kolesarjenja z žičniško napravo**

Posebno pozornost zahteva razvoj **gorskega kolesarstva**, saj MTB Trail center že pomeni **najmočnejši obstoječi element aktivne ponudbe destinacije**. Glede na rastoče zanimanje za gorsko kolesarjenje in obstoječo mrežo trailov je naslednji logični korak razmislek o postavitvi **žičniške naprave**, ki bi kolesarje prepeljala iz centra do izhodišča na **Livoldskem vrhu**.

To ni le logistična rešitev, temveč tudi **trajnostna alternativa trenutnemu sistemu prevozov s »shuttlom«**, ki je energetsko potratnejši in manj skladen z okoljskimi cilji destinacije. Uvedba žičnice pomeni tudi **večjo pretočnost**, krajše čakalne dobe in večjo kakovost uporabniške izkušnje, kar neposredno vpliva na zaznano vrednost ponudbe.

Hkrati žičnica omogoča razširitev uporabe infrastrukture za **zimsko sezono (npr. sankaske poti, krpljanje)** in celo organizacijo **kolesarskih festivalov, tekem in mednarodnih srečanj**, saj s tem MTB center pridobi lastnost **celovite, večsezonske športne destinacije**. Tovrstni razvoj postavlja Kočevsko ob bok najrazvitejšim evropskim trail centrom, ki so praviloma na smučiščih.

**Celotni gozdni resort** je zasnovan tako, da združuje načela trajnostnega turizma, naravo in aktivno preživljanje prostega časa ter omogoča druženje turistov in lokalne skupnosti v edinstvenem gozdu, kjer je narava osnova vsega izdelanega doživetja. Hkrati je lokacija obeh potencialnih centrov na območjih, ki so že delno urbanizirana in je že prišlo do posega v prostor, zato s turističnim razvojem ne bremenimo okolja, temveč le dobro valoriziramo gozd kot glavno konkurenčno prednost.

**MTB center v Dolgi vasi** ima izjemen prostorski in funkcionalni potencial, da postane osrednje prizorišče za **outdoor kulturno in športno dogajanje** v destinaciji Kočevsko v toplem delu leta – med aprilom in novembrom. Tako kot **Kulturni center Kočevje (KCK)** pomeni zimsko središče kulturnih aktivnosti mesta, lahko MTB center postane njegova **poletna in jesenska protiutež**, zasnovana na principih doživetij v naravi, odprtega prostora in aktivnega preživljanja časa.



**Slika 6. Idejna zasnova razvoja gostinske ponudbe v MTB Trail centru.**



- 1 – zunanji prireditveni prostor**
- 2 – bar**
- 3 – postajališča za avtodome**
- 4 – osrednja večnamenska stavba varianta a**
- 5 – osrednja večnamenska stavba varianta b**
- 6 – osrednja večnamenska stavba varianta c**
- 7 – kamp**
- 8 – glamping**
- 9 – športno igrišče**

Osrednji prireditveni prostor se predvidi na **naravni vzpetini** v neposredni bližini Trail centra, kar omogoča izjemno **kuliso naravne pokrajine**, hkrati pa funkcionalno ločuje dogajanje od ostalih mirnejših vsebin resorta. Oblikovan je lahko kot **odprt amfiteater**, s terasasto razporejenimi počivališči iz naravnih materialov – lesa, naravnega kamna in utrjenega peska – kar ohranja **organsko vpetost v teren** in hkrati zagotavlja dobro vidljivost in akustiko.

Na dnu vzpetine je predviden **oder oziroma večnamenska platforma**, ki se lahko uporablja za različne vrste nastopov in dogodkov – od **koncertov, gledaliških predstav, predavanj, filmskih projekcij (kino pod zvezdami)** do **porok, joga vadb in lokalnih slavij**. V primeru večjih prireditvev, kakršna je **Gozdni festival**, se prostor lahko razširi z dodatnimi montažnimi površinami ali premičnimi strukturami, ki omogočajo hitro prilagoditev velikosti prizorišča glede na dogodek. V kasnejši fazi razvoja je smiselno razmisliti tudi o **premičnem nadstrešku**, ki zagotavlja zaščito pred vremenskimi vplivi – soncem in dežjem –, s tem pa omogoča zanesljivejšo organizacijo dogodkov.

V osrčju poletnega programa je predviden **Gozdni festival** – še nerazvit, a izjemno perspektiven koncept, lahko tudi trajanekaj tednov –, ki poveže umetnost, gastronomijo, ekologijo, znanost in rekreacijo. Festival naj v ospredje postavi tematike trajnosti, gozdnega doživljanja in naravnega ravnovesja, obogaten pa naj bo z umetniškimi in kulinaričnimi izrazi. Tak festival ima potencial, da postane **srečanje mednarodne skupnosti ljubiteljev gozdov, raziskovalcev, umetnikov, športnikov in družin**, ki jih družijo ideja življenja v stiku z naravo.

Poleg osrednjega festivala lahko prostor v sezoni gosti:

- **dnevne koncerte in večerne performanse;**
- **športna tekmovanja in družabne igre;**
- **kulturne večere in literarne pogovore;**
- **folklorne in etnografske predstavitve;**
- **izobraževalne delavnice in »retreate«** (npr. gozdna meditacija, zvočne kopeli);
- **sezonske lokalne sejme**, na katerih se predstavljajo domači ponudniki in obrtniki.

Območje prireditvenega prostora je zasnovano **s posebno pozornostjo do doživetij**, zato vključuje tudi elemente, ki ustvarjajo sproščeno in vabljivo atmosfero: **senčnike med drevesi, lesene klopi in viseče mreže**, naravne poti, subtilno ambientalno osvetlitev in razpršene prostore za piknike ali kontemplacijo.

V obrobem delu se lahko vzpostavijo tudi **lokalna tržnica ali stojnice**, namenjene razstavljanju in prodaji izdelkov iz lesa, divjih zelišč, rokodelskih spominkov in lokalnih kulinaričnih dobrot. Ta del funkcionalno nadgrajuje osnovno ponudbo festivala ali večjih dogodkov, hkrati pa **podpira lokalno gospodarstvo** in identiteto kraja.

S svojo **lego med gozdovi** nudi prostor tudi neprecenljiv razgled na širšo pokrajino Kočevskega, kar dodatno pripomore k občutku veličastnosti in povezanosti z naravo. S tem postane prostor ne le prizorišče za dogodke, ampak tudi **samostojna atrakcija**, ki obiskovalcem omogoča **posebne trenutke zavedanja o veličini in miru naravnega okolja**.

### 4.3. VIZIJA

Kočevsko si tudi v prihodnjih desetletjih zastavlja jasno dolgoročno vizijo, ki izhaja iz edinstvenosti prostora, v katerem se stikajo naravna celovitost, biotska raznolikost, zgodovinska skrivnostnost in sodobna prizadevanja za trajnostni razvoj. Gozd tukaj ni zgolj kulisa, temveč glavni akter, bistvo identitete prostora, ki vse bolj postaja prepoznaven kot **najbolj prvinski gozd Evrope**.

V obdobju vse intenzivnejšega iskanja tišine, naravne avtentičnosti in umiritve Kočevsko ponuja točno to, kar svet potrebuje – **globoko doživetje gozda, ki se dogaja na robu divjine, a v urejenem in skrbno oblikovanem okolju**. To je prostor, v katerem narava še vedno narekuje ritem življenja in v katerem gozdovi govorijo zgodbe, ki jih je mogoče slišati le, če se umirimo in prisluhnemo.

Vizija temelji na prepričanju, da bo Kočevsko kot destinacija v prihodnosti v evropskem prostoru sinonim za kakovostno in spoštljivo sobivanje z gozdnim okoljem. Pragozd Krokar kot naravna svetovna dediščina UNESCO, neštete gozdne sledi človekove preteklosti in bogat živi svet (od risa do medveda) postavljajo to območje v jedro evropskega naravovarstvenega in ekoturističnega zemljevida.

Cilj ni v masovnosti, temveč v **butični izkušnji narave** – takšni, ki temelji na spoštovanju do prostora, visoki stopnji osebne vpletenosti turista v doživetje in integraciji lokalne skupnosti kot ključnega partnerja.

Gozd bo še naprej srce ponudbe. Vsi novi produkti – naj bodo to glamping nastanitve, športne poti, naravni wellness, tematske poti ali kulturni dogodki – bodo izhajali iz gozda ne le fizično, temveč tudi idejno. V ospredju bodo zdravilni učinki gozda, čuječnost, gozdna kopel, tišina in mir, ter športno-izkustvene vsebine, ki omogočajo stik z naravnim okoljem na aktiven, a nevsiljiv način.

**Gozdni resorti** bodo predstavljali novo generacijo trajnostno naravnanih turističnih središč, v katerih se bodo srečevali gosti, lokalna skupnost, kulturna ustvarjalnost in narava sama. Ti centri ne bodo le prostori nastanitve, temveč **družabna vozlišča novega zelenega življenjskega sloga** z letnimi dogodki, kot je Gozdni festival, kjer se bodo srečevali ljubitelji gozdov z vse Evrope.

Vizija razvoja ni usmerjena zgolj v turistične cilje, temveč v širše razumevanje vloge, ki jo ima Kočevsko kot prostor naravovarstvenega, kulturnega in družbenega eksperimenta – kako lahko človek in gozd sobivata v harmoniji. Kočevsko se vidi kot vzorčni primer uresničevanja krovne strategije slovenskega turizma »Zelena butičnost – manjši odtis, večja vrednost za vse«.

To je kraj, kjer bodo obiskovalci doživeli ne le oddih, temveč tudi **osebno preobrazbo** skozi stik z gozdom, skozi skupnost, skozi doživetje tišine, pristnosti in ranljivosti narave.

Vizija v obliki slogana, ki povzame bistvo dolgoročnega strateškega razvoja destinacije Kočevsko:

**»KOČEVSKO – NAJBOLJ PRVINSKI GOZD  
V SRCU EVROPE.«**



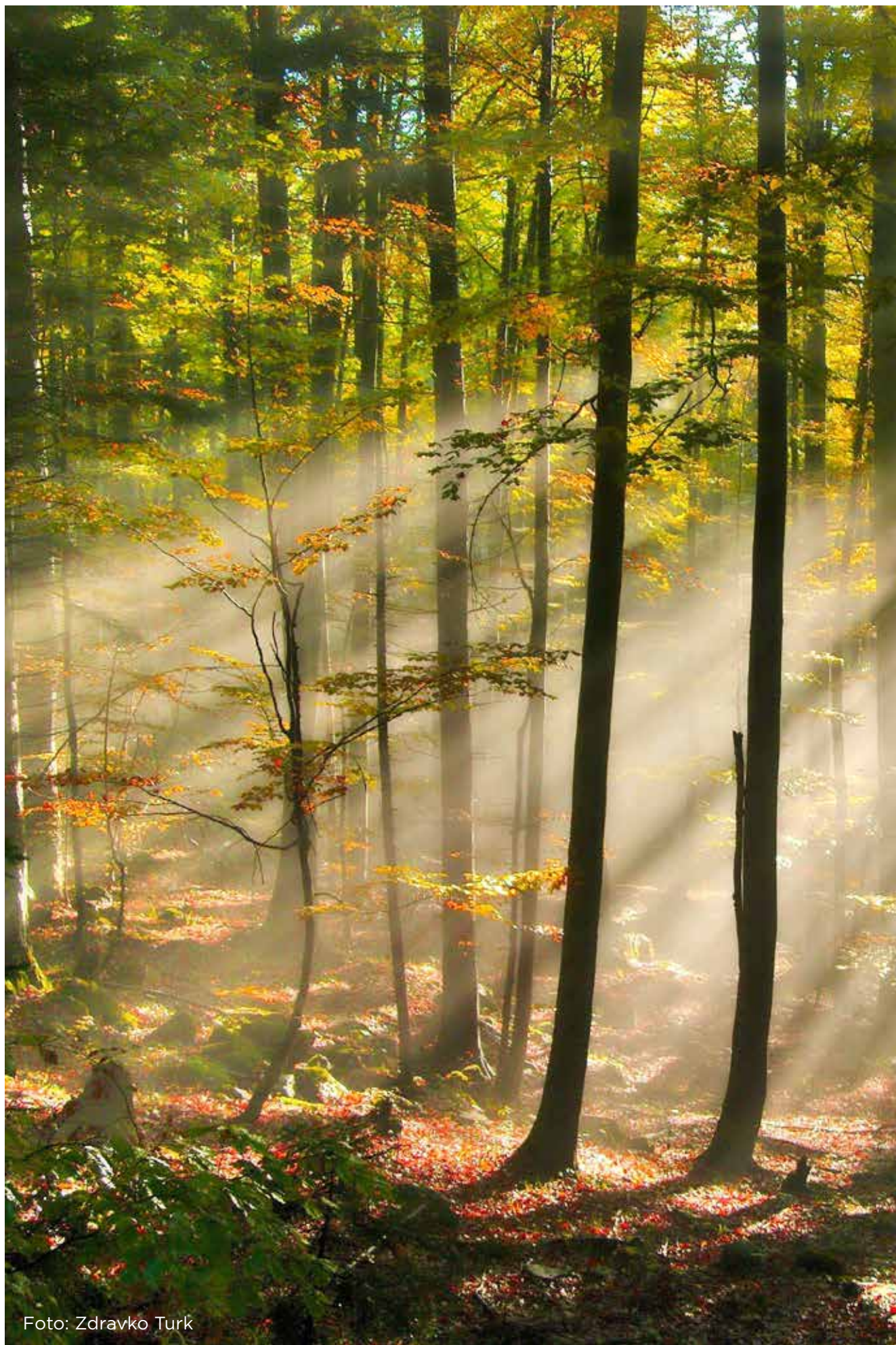


Foto: Zdravko Turk



#### 4.4. CILJI

Pri oblikovanju razvojnih ciljev si destinacija Kočevsko prizadeva za **kakovostno in trajnostno rast**, ki temelji na premišljenem razvoju turistične infrastrukture in produktov. Kot že ugotavljamo v analizi stanja, je nadaljnji razvoj turističnega prometa neposredno pogojen z razpoložljivostjo in kakovostjo **nastanitvenih zmogljivosti**, še posebej tistih, ki so skladne s krovno razvojno zgodbo – **doživetji v neokrnjenem gozdu**.

V ospredje strateškega razmisleka zato postavljamo **povečanje nastanitvenih zmogljivosti v naravnem okolju**, kar vključuje predvsem razvoj gozdnih resortov, glamping resortov, gozdnih koč, kampov, bivakov in drugih oblik bivanja z nizkim okoljskim odtisom, ki se harmonično vključujejo v naravno okolje. Ti objekti ne bodo le odgovor na povpraševanje po edinstvenih doživetjih, ampak bodo tudi omogočili rast obiska znotraj nosilnih kapacitet prostora.

Zaradi narave destinacije – prepoznavnosti Kočevskega kot **enega najbolj prvinskih in ohranjenih gozdov v Evropi** – **Kočevsko ni primerna destinacija za masovni turizem**, ampak cilja na razvoj **butičnega, visoko personaliziranega turizma**, usmerjenega k posamezniku, paru ali družini, ki v gozdu išče umik, mir, aktivnost in stik z naravnim ritmom.

Destinacija Kočevsko si v naslednjem strateškem obdobju zastavlja naslednje ključne cilje, ki skupaj tvorijo konsistentno usmeritev trajnostnega turističnega razvoja:

- **povečanje zmogljivosti in kakovosti nastanitev v gozdu**, ki so temelj za rast obiska in omogočajo uresničevanje ostalih strateških ciljev;
- **povečanje prepoznavnosti in gradnja imidža destinacije** kot slovenskega in evropskega epicentra doživetij gozda z jasno komunikacijsko zgodbo in močnimi produktnimi znamkami;
- **trajnostno in uravnoteženo rast turističnega prometa** z osredotočanjem na širjenje ponudbe in infrastrukture na vsaj osem mesecev;
- **geografsko razpršitev obiskovalcev** po celotnem območju dveh občin z razvojem mikro lokacij v okolici pragozdov, rek, jezer in naravnih posebnosti;
- **podaljšanje sezone in povprečne dolžine bivanja** z razvojem celostnih turističnih paketov (npr. glamping + šport + gozdna doživetja + lokalna gastronomija);
- **povečanje potrošnje na obiskovalca** prek produktov višje dodane vrednosti (gourmet izkušnje v naravi, tematska vodenja, terapije v gozdu, butični dogodki);
- **nagovarjanje zahtevnejšega gosta**, ki ceni kakovost, butičnost, trajnost in doživetje, ter pričakuje višjo raven storitev, personalizacijo in diskretnost;
- **spodbujanje inovativnih oblik bivanja**, kot so lebdeče hiške, koče, gozdni observatoriji, ki temeljijo na trajnostnih principih in arhitekturni skladnosti z okoljem;
- **krepitev turističnih produktov izven nastanitve**, kot so vodena doživetja, delavnice, pohodniške in kolesarske poti, ter razvoj prireditev, ki podpirajo pozicioniranje (npr. Gozdni festival);
- **gradnjo partnerstev s ponudniki**, občinama in lokalno skupnostjo za usklajeno izvajanje strategije, podporo investicijam ter dvig kakovosti gostoljubja.



Foto: Jošt Gantar

Z doslednim sledenjem tem ciljem bo Kočevsko postopoma iz »**slovenske skrivnosti**« preraslo v **prepoznavno evropsko destinacijo naravnega in gozdnega turizma**, v kateri bo vsak obisk postal celovita izkušnja z visoko dodano vrednostjo – ne le za gosta, temveč tudi za naravno okolje in lokalno skupnost.

Spodaj je tabelarni prikaz ključnih **razvojnih ciljev destinacije Kočevsko** z ustreznimi **kazalniki uspešnosti (KPI)**, razdeljenimi po strateških prioritetah. Ta pregled omogoča spremljanje napredka pri uresničevanju ciljev ter konkretizira pričakovane učinke vsakega razvojnega področja.

**Tabela 3. Strateški cilji destinacije Kočevsko.**

| Razvojni cilj                                    | Kazalnik uspešnosti (KPI)  | Ciljna vrednost do 2036  |
|--|--|--|
| 1. Povečanje zmogljivosti gozdnih nastanitev     | Število novih enot v naravnem okolju (glamping, koče, kamp)                                | 500-1000 enot (v gozdnem prostoru)                                       |
| 2. Povečanje prepoznavnosti destinacije          | Doseg in omemba v domačih/tuji medijih, iskanja na spletu                                  | + 100-200 % rast digitalne prepoznavnosti                                |
| 3. Celoletna sezona                              | Delež prihodov v izvensezonskih mesecih  | > 20 % obiskov izven glavne sezone (februar – april, oktober – december) |
| 4. Geografska razpršitev obiskovalcev            | Število aktivnih mikro destinacij z vsaj 3 ponudniki                                       | 10+ aktivnih točk  |
| 5. Podaljšanje dobe bivanja                      | Povprečna dolžina bivanja (nočitve na prihod)  | 2,5-3 noči   |
| 6. Povečanje potrošnje na obiskovalca            | Povprečna dnevna potrošnja gosta   | +30 % glede na leto 2024   |
| 7. Pridobitev ciljnih obiskovalcev               | Delež visoko izobraženih in višjega dohodka  | 60 % ciljne strukture gostov   |
| 8. Inovativne oblike bivanja                     | Razvitost tematskih enot (npr. lebdeče hiške, observatoriji)                               | 5 unikatnih tipologij  |
| 9. Razvoj novih produktov in dogodkov            | Letno število novih produktov in prireditev  | Min. 5 novih letno (npr. Gozdni festival)                                |
| 10. Krepitev partnerstev in lokalne vključenosti | Število aktivno vključenih ponudnikov in deležnikov v projekte in programe Zavoda Kočevske | 50 % ponudnikov aktivnih v destinaciji                                   |



## 4.5. TIP PONUDBE IN CILJNE SKUPINE

Kot izhaja iz poglavja o DNK destinacije, bo Kočevsko tudi v prihodnje temeljilo na razvoju naravnih doživetij, ki izhajajo iz osrednje konkurenčne prednosti območja – gozda. Ključni strateški poudarek ostaja usmerjen v oblikovanje butične, visoko kakovostne turistične ponudbe, ki je trdno zasidrana v vrednotah trajnosti, umirjenega ritma ter avtentičnega stika z naravnim okoljem. Skladno s tem se bo tudi v prihodnje sistematično podpiral razvoj nastanitvenih zmogljivosti v neokrnjeni naravi – predvsem v gozdu – kot osnovnem motivu prihoda v destinacijo.

**Trženjske in razvojne usmeritve ostajajo skladne s predhodnim strateškim obdobjem,** saj se ciljne skupine (persone) niso bistveno spremenile in v prihodnje ne pričakujemo večjih odmikov v njihovem vedenju, vrednotah ali motivih za potovanje. Zato razvojna logika destinacije Kočevsko ostaja osredotočena na enake tipe obiskovalcev s poudarkom na tistih, ki iščejo doživetja v naravi in v njih mir, sprostitve, regeneracijo ali aktivnost.

V prvi fazi razvoja, ko se turistična ponudba zlasti na področju nastanitvenih zmogljivosti šele oblikuje, se destinacija strateško osredotoča predvsem na domače goste. Domači trg je najdosegljivši in hkrati najbolj dovzeten za pionirske turistične produkte v naravnem okolju. S postopnim povečevanjem zmogljivosti, prepoznavnosti in kakovosti ponudbe pa bo Kočevsko postajalo tudi vse bolj zanimivo za ciljne skupine iz tujine – zlasti s trgov z visoko okoljsko zavestjo in naklonjenostjo aktivnemu, zdravemu načinu življenja.

**Tuje ciljne skupine** so že bile opredeljene znotraj krovnih strateških dokumentov slovenskega turizma, predvsem z raziskavama družbe Valicon: *Persone ciljnih skupin slovenskega turizma* (2016) ter *Identifikacija tržnega potenciala na izbranih trgih* (2018), ki ju je naročila Slovenska turistična organizacija. Ti dokumenti so služili kot temelj za opredelitev vedenjskih in demografskih profilov turistov, ki Slovenijo dojemajo kot destinacijo narave in trajnostnih doživetij.

V raziskavi je bilo identificiranih 12 profilov turistov (person), pri čemer se je izkazalo, da večina teh person (natančneje 8 od 12) izkazuje izrazito naklonjenost preživljanju prostega časa v naravi. Gostje, ki jih narava privlači kot glavni motiv potovanja, iščejo neponarejena doživetja, mir, odmik od vsakdana, sprostitve, kakovostno okolje in trajnostno usmerjeno ponudbo. Za te ciljne segmente Slovenija – in v njej Kočevsko – pomeni izjemen potencial, saj naravne danosti ustvarjajo vtis edinstvene, skoraj mitske destinacije.

Ob tem pa ostaja prostor za izboljšave: pričakovanja teh zahtevnih gostov pogosto presegajo trenutno raven storitev, infrastrukture in dodane vrednosti. Zato je ključno, da razvoj produktov vključuje tudi podporne storitve, ki turistu omogočajo celovito izkušnjo brez občutka izgubljenosti ali pomanjkljive organizacije. Selfness programi, butični glamping, izvirna avanturistična doživetja ter kakovostna doživetja za družine so vsebine, ki lahko te persone dolgoročno pritegnejo in pripomorejo k rasti potrošnje ter ponovnim obiskom.

**Za Kočevsko so ključne naslednje ciljne skupine (persone),** ki se izkazujejo kot visoko kompatibilne z identiteto destinacije in ostajajo nespremenjene iz prejšnjega obdobja:

- **zeleni raziskovalci** – gostje, ki naravo ne le opazujejo, temveč jo želijo tudi razumeti in spoštovati. Zanima jih ekologija, trajnost, opazovanje živali in razumevanje naravnih procesov;
- **avanturisti** – aktivni obiskovalci, ki jih privlačijo adrenalinske in športne aktivnosti v naravi (gorsko kolesarjenje, pohodništvo, plezanje, jahanje, zipline, bushcraft ...);
- **predane mame** – gostje, ki iščejo kakovostno in varno preživljanje prostega časa z družino, pri čemer jim je pomembna edukativna in čustvena komponenta izkušnje;
- **aktivne družine** – segment, ki si želi preživljati prosti čas skupaj, vendar aktivno, z različnimi možnostmi za šport, igro, raziskovanje in povezovanje z naravo.

Vse omenjene persone ostajajo stabilne in primerne za dolgoročno strateško usmeritev destinacije Kočevsko. Njihove potrebe so skladne z glavno razvojno paradigmo – ustvarjanjem neponovljivih doživetij v najbolj prvinskem gozdu Evrope. Ravno ta poudarek, narava kot izhodišče in cilj, Kočevsko postavlja na zemljevid trajnostnih destinacij prihodnosti.

**Slika 7. Primarne persone za Kočevsko.**



Vir: Valicon (2016).

Če povzamemo rezultate raziskave ter upoštevamo značilnosti in preference primarnih ciljnih person, lahko ugotovimo, da destinacija Kočevsko najboljše sovпада z interesi turistov z določenih geografskih območij, v katerih prevladujejo visoka okoljska ozaveščenost, želja po aktivnem preživljanju prostega časa, spoštovanju trajnosti, in kjer obstaja močna kultura preživljanja prostega časa v naravi. V tem okviru se oblikuje skupina ključnih tujih trgov, ki pomenijo največji potencial za nadaljnji razvoj butičnega, naravnega in trajnostno naravnega turizma na Kočevskem.

### **Beneluks (Belgija, Nizozemska, Luksemburg)**

Gostje iz držav Beneluksa so znani po svoji izraziti naklonjenosti zelenim, ekološkim in trajnostnim destinacijam. Imajo visoko popotniško kulturo, pogosto potujejo z avtodomi ali iščejo glamping rešitve, pripravljeni so raziskovati manj znane kraje in imajo pozitiven odnos do aktivnosti v naravi – od pohodništva do opazovanja živali. Kočevsko z neokrnjenimi gozdovi, divjino, možnostmi za opazovanje medvedov in kolesarjenja v naravi ponuja prav tovrstna doživetja.

### **Nemčija**

Nemški turisti sodijo med najštevilnejše in hkrati najzahtevnejše obiskovalce naravnih destinacij v Evropi. Posebno zanimanje kažejo za kraje, ki ponujajo kombinacijo miru, aktivnega oddiha in kakovostnih storitev. Pomembni so jim urejeni kampi, infrastruktura za pohodništvo in kolesarjenje, kulinarčna ponudba z lokalno identiteto ter varnost destinacije. Kočevsko že danes odgovarja tem pričakovanjem, z nadaljnjim razvojem gozdnih in glamping resortov, wellnessa v naravi in nadgradnjo interpretacije gozda pa lahko dodatno poveča privlačnost za ta trg.

### **Skandinavija (Švedska, Norveška, Danska, Finska)**

Trgi Skandinavije so visoko razviti, z zelo zavednim odnosom do trajnosti, narave in lokalnih vrednot. Gozd, tišina in prostorska razpršenost destinacije Kočevsko pomenijo ključno dodano vrednost za skandinavske obiskovalce, ki iščejo avtentičnost, intimo in stik z naravnim svetom. Njihove potovalne navade so pogosto povezane s samostojnim raziskovanjem, kar ustreza konceptu »umirjenega turizma« in bivanja v naravi brez množičnosti. Kočevsko ima za ta trg velik potencial tudi z vidika vsebin, kot so samooskrbni oddihi, gozdna terapija, opazovanje prostoživečih živali in umirjeni turizem.

### **Francija**

Francoski turisti so radovedni, kulturološko odprti in vse bolj občutljivi na trajnostna načela v turizmu. Zanimajo jih nove, neraziskane destinacije, ki jim ponujajo drugačne, eksotične, vendar avtentične izkušnje. Kočevsko kot skrivnostna destinacija z bogato naravno in kulturno dediščino, vključno z dediščino Kočevskih in NOB, pomeni potencial za tiste Francoze, ki iščejo »drugačno Evropo« – zeleno, nekomercializirano in globoko povezano z naravo.



## **Avstrija**

Zaradi geografske bližine in kulturnih podobnosti so Avstrijci naravni ciljni trg za Kočevsko. Pomembni so tudi kot obiskovalci z visoko naklonjenostjo gozdnemu prostoru, saj je naravni ambient tesno prepleten z njihovo vsakdanjo življenjsko izkušnjo. Poleg tega imajo visoka pričakovanja glede kakovosti storitev, urejenosti in možnosti za aktivno preživljanje prostega časa. Kočevsko lahko Avstrijcem ponudi raznolik spekter vsebin – od pohodništva do kulturnega turizma, od glampinga do kulinaričnih doživetij.

## **Italija**

Italijanski trg ponuja velik potencial, zlasti severni del države, prebivalci katerega pogosto iščejo bližnje, naravno usmerjene destinacije za krajše počitnice ali vikend pobeg. Pomembno je poudariti, da so Italijani izredno čustveni potrošniki, ki iščejo unikatne zgodbe, močne vizualne vtise, gostoljubje in pristno izkušnjo. Z močnim poudarkom na gozdni dediščini, pragozdovih in opazovanju divjih živali lahko Kočevsko zgradi izjemno močan narativ za italijanske obiskovalce.

## **Hrvaška**

Hrvaška kot najbližja sosedja ostaja pomemben dopolnilni trg predvsem za kratke obiske in tranzitne goste, ki potujejo proti notranjosti Slovenije ali naprej proti Alpam. Za hrvaške goste je Kočevsko alternativa masovnemu turizmu z obale – kraj, kjer lahko doživijo mir in tišino gozda, se umaknejo hrupu in se sprostijo ob vodi ali v naravi.

Ciljni tuji trgi za destinacijo Kočevsko – Beneluks, Nemčija, Skandinavija, Francija, Avstrija, Italija in Hrvaška – so izjemno kompatibilni s strategijo razvoja butičnega, naravnega in trajnostno naravnega turizma. Njihove obiskovalce povezujejo spoštljiv odnos do narave, zanimanje za pristna doživetja in visoka pričakovanja glede kakovosti. Usmeritev v razvoj nastanitve v gozdu, doživetja narave ter interpretacijske vsebine je ključni korak k učinkovitemu nagovarjanju teh trgov.

Primarne ciljne skupine oziroma persone destinacije Kočevsko so močno naklonjene naravnim doživetjem in so pri izbiri nastanitve praviloma manj zahtevne glede luksuza. Najpogosteje se odločajo za cenovno dostopnejše oblike bivanja, kot so zasebne sobe, manjši apartmaji, kampi ali preproste nastanitve v naravi, ki jim omogočajo neposreden stik z okoljem. Ključna zanje ni raven zvezdic, temveč avtentičnost izkušnje, bližina naravnih znamenitosti in možnost, da se vsakodnevno gibajo v neokrnjenem okolju.

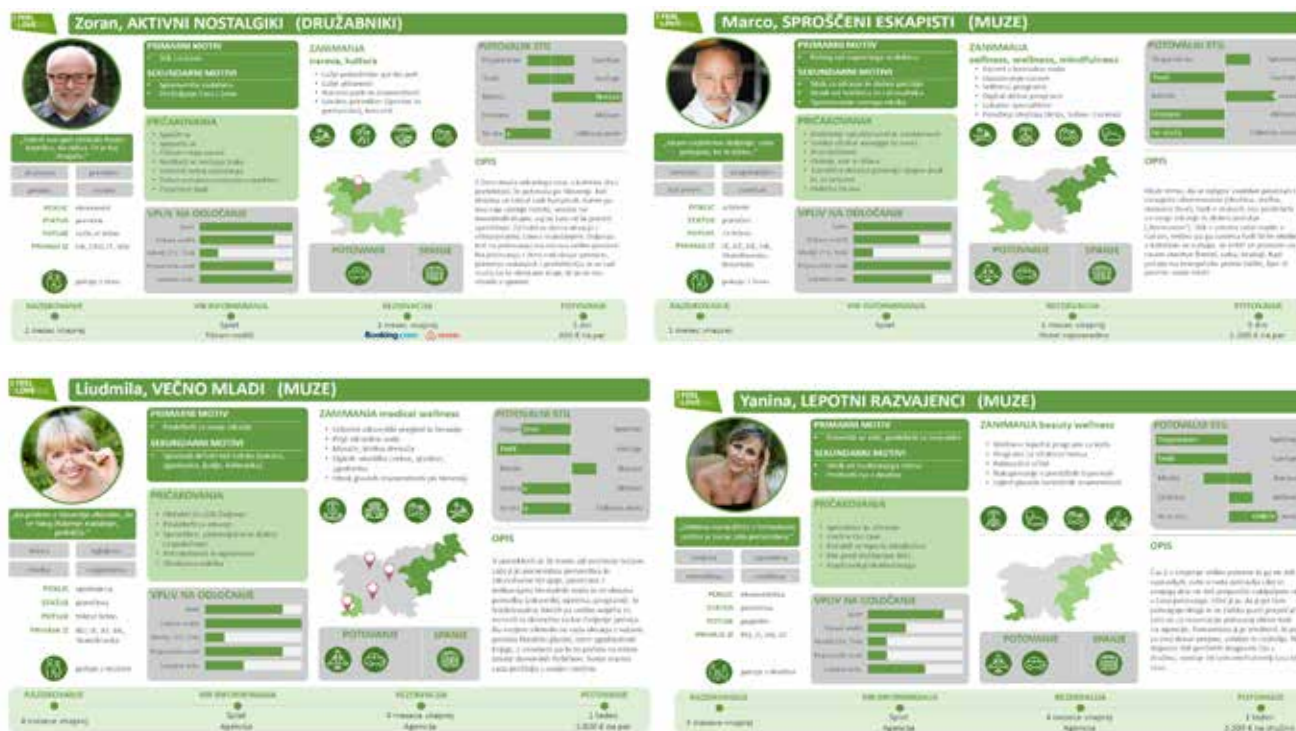
Ti obiskovalci iščejo nedotaknjena območja, ki še niso preplavljena z množičnim turizmom. Privlačijo jih prostori, kjer narava ohranja svojo divjo, prvinsko lepoto, kjer se doživetja odvijajo v neposredni bližini pragozda, ob vodah in v tišini gozdov. V tem pogledu Kočevsko izstopa kot idealna destinacija – ponuja redkost, tišino, pristnost in bogastvo naravnih vsebin, ki še niso bile v celoti turistično valorizirane.

Zanimanje teh ciljnih skupin zajema širok nabor športnih in rekreativnih dejavnosti: od pohodništva, gorskega kolesarjenja, teka, kopanja v naravnih vodah, do bolj avanturističnih vsebin, kot so gozdne avanture, adrenalinski parki ali opazovanje divjih živali. Posebej dragoceno je, da Kočevsko lahko nagovori oba pola interesov znotraj teh person –bolj ekstremne in aktivne športne tipe pa tudi družine, ki si želijo umirjenega rekreativnega dopusta v naravi z vsebinami, primernimi tudi za otroke.

Ker so vse štiri primarne persone, opredeljene na podlagi Valiconove raziskave, ženske (zeleni raziskovalki, predane mame, aktivne družinske raziskovalke in pustolovke), je dobro, da destinacija že zdaj v celotnem trženju in komuniciranju močno poudarja vidik **varnosti**. Gre za občutek osebne, fizične varnosti pri gibanju v naravi pa tudi za varnost premoženja in splošno zanesljivost storitev. Naravna divjina mora biti predstavljena kot dostopna in obvladljiva, ne kot nepredvidljiva ali nevarna. Ključno je torej, da destinacija Kočevsko že sedaj gradi podobo »divjine pod nadzorom – WILD BUT NICE«, v kateri lahko obiskovalci brez skrbi raziskujejo naravo, saj vedo, da imajo na vsakem koraku strokovno in varno podporo.

Poleg teh osnovnih ciljnih skupin obstajajo tudi sekundarne persone – turisti, ki prav tako izražajo zanimanje za naravo, sprostitvev in dobro počutje, vendar pri tem iščejo višjo raven udobja, zlasti pri nastanitvi. Ti gostje, ki jih uvrščamo med **aktivne nostalgike, sproščene eskapiste, večno mlade** in **lepotne razvajence**, si želijo bivati v hotelih ali podobno udobnih objektih, v katerih je narava kulisa za njihov oddih, ne pa nujno osrednji element doživetja.

**Slika 8. Sekundarne persone za Kočevsko.**



Vir: Valicon (2016).

Zaradi trenutnega pomanjkanja tovrstne infrastrukture v destinaciji so ti obiskovalci za zdaj zanimivi predvsem za krajše enodnevne ali dvodnevne obiske. Njihova vloga postane pomembnejša, ko se v destinaciji razvije tudi višji standard nastanitvene ponudbe, kot so manjši butični hoteli, dizajnerski glamping objekti ali wellness resorti v naravi.

V prihodnjem obdobju je zato ključno, da destinacija Kočevsko ohrani osrednjo usmeritev v nagovarjanje primarnih person, hkrati pa ne izgubi iz fokusa tudi sekundarnih ciljnih skupin, ki pomenijo potencial za daljše bivanje in višjo potrošnjo – še posebej v obdobju, ko bo nastanitvena ponudba dovolj razvita, da bo lahko zadovoljila njihova pričakovanja.

Če povzamemo celotno poglavje, destinacija Kočevsko ostaja dosledna pri nagovarjanju istih ciljnih skupin kot v preteklem strateškem obdobju. Temeljna motivacija teh oseb, opredeljenih v nacionalnih raziskavah Slovenske turistične organizacije (Valicon, 2016; 2018), se ni spremenila, kar pomeni, da destinacija Kočevsko gradi dolgoročno tržno usmeritev na stabilnem in jasno profiliranem segmentu turistov.

Osrednji poudarek razvoja turistične ponudbe ostaja na **doživetjih narave**, zlasti na gozdu kot osrednjem elementu identitete in privlačnosti destinacije. Nastanitve v naravnem okolju, oddih v divjini in tišina gozda so tiste značilnosti, ki primarne ciljne skupine najbolj privlačijo. Ravno zato je **razvoj nastanitev v gozdu postavljen kot prednostna naloga novega strateškega obdobja**, saj pomeni temelj za doseganje trajnostne, a hkrati tudi merljive rasti turističnega prometa.

Primarne persone destinacije Kočevsko so predvsem **ženske**, ki iščejo umik v naravo, varnost, aktivno preživljanje prostega časa ter avtentična in preprosta doživetja. Mednje sodijo:

- **zeleni raziskovalci**, ki si želijo odkrivati naravo na aktiven, a premišljen način;
- **predane mame**, ki iščejo kakovosten družinski oddih z vzgojno-rekreativnimi elementi;
- **aktivne družine**, ki si želijo skupnih športnih in naravnih izkušenj;
- **avanturisti**, ki stremijo k vznemirjenju in raziskovanju novih, manj obiskanih krajev.

Skupne značilnosti teh person so:

- visoka občutljivost za **okoljsko odgovorne destinacije**;
- naklonjenost **preprostemu, a kakovostnemu bivanju** (kampi, sobe, glamping);
- močna potreba po **varnosti** – tako osebni kot doživljajski;
- želja po **aktivnosti, raziskovanju in osebnem miru** v stiku z naravnim okoljem.

Poleg njih destinacija Kočevsko prepoznava tudi **sekundarne persone**, ki imajo prav tako interes za naravo in dobro počutje, a obenem pričakujejo višji standard nastanitve. Sem sodijo:

- **aktivni nostalgiki**, ki iščejo naravo z udobjem;
- **sproščeni eskapisti**, ki želijo pobegniti od vsakdana v umirjen ambient;



- **večno mladi**, ki iščejo ravnotežje med aktivnostjo in udobjem;
- **lepotni razvajenci**, ki naravo povezujejo z wellness ponudbo in telesno obnovo.

Za te skupine bo destinacija v prihodnosti postala zanimivejša, ko se bodo razvili tudi **butična hotelska ponudba** ali gozdni resorti z višjo dodano vrednostjo.

Ciljni **geografski trgi**, kjer živijo te osebe, vključujejo države z močnim zanimanjem za trajnostne oblike oddiha v naravi, zlasti:

- **Beneluks, Nemčijo, Skandinavijo**, pa tudi
- **Francijo, Avstrijo, Italijo in Hrvaško.**

Kočevsko tako ostaja destinacija za turiste, ki ne iščejo množice, temveč globino doživetja, naravno tišino, osebno obnovo in trajnostne vrednote. V tem poglavju je utemeljena strateška osredotočenost na obiskovalce, ki želijo **prvinsko naravno izkušnjo v varnem, odgovornem in avtentičnem okolju**, kakršnega ponuja Kočevsko – srce najbolj ohranjenih gozdov Evrope.

Poleg tega bo destinacija Kočevsko **vzpostavila Mednarodno skupnost ljubiteljev gozdov**. Destinacija Kočevsko si v prihodnjem strateškem obdobju ne bo prizadevala le za kvantitativno rast obiskovalcev, temveč za oblikovanje **mednarodne skupnosti ljudi, ki čutijo naravo** in v gozdu ne iščejo le oddiha, temveč način življenja. Cilj ni le trženje turistične ponudbe, temveč **ustvarjanje dolgoročnih odnosov z ljudmi, ki bodo postali ambasadorji destinacije**, še preden jo prvič obišejo – in jo bodo pozneje tudi redno obiskovali.

Gre za vzpostavitev t. i. **Mednarodne skupnosti ljubiteljev gozdov**, zasnovane kot participativne mreže podpornikov, oboževalcev in bodočih obiskovalcev Kočevskega. Člani te skupnosti bodo deležni različnih simbolnih in doživljajskih vsebin, ki jih bodo postopoma vezale na destinacijo. Med te aktivnosti sodijo:

- **simbolično posvajanje gozdnih živali** (npr. medveda, risa, volka, sove, divjega prašiča), pri katerem bodo člani v zameno za podporo prejeli digitalni certifikat, zgodbo živali in dostop do ekskluzivnih vsebin, povezanih z njenim življenjem v naravi;
- **program pogozdovanja**, v okviru katerega lahko vsak udeleženec, ki se ga udeleži in posadi (tudi kupi sadike seveda oziroma plača program) vsaj nekaj dreves, izbere »svoje« najljubše drevo, ki ga je posadil. Nanj se namesti lesena ploščica z lastnikovim imenom in nato vsako leto pošiljamo tej osebi fotografijo »njenega« drevesa. S tem jo spodbudimo, da se tudi vrne na destinacijo in obiše »svoje« drevo;
- **letna srečanja na destinaciji**, vezana na Gozdni festival – festival narave, skupnosti in doživetij gozda;
- **kartice zvestobe**, ki bodo omogočale ugodnosti pri nastanitvah, vstopnicah za dogodke, lokalnih produktih in v glamping resortih;
- **redna komunikacija z javnostjo prek družabnih omrežij** (Instagram, TikTok, YouTube), pri čemer bodo v ospredju osebne zgodbe in vloga **mladih gozdarjev, športnikov, turističnih vodnikov, raziskovalcev in ustvarjalcev**, ki delujejo in živijo z gozdom, **možnost sodelovanja pri soustvarjanju vsebin**, npr. izbor imen za živali, predlogi za doživetja, udeležba v kreativnih natečajih ali naravovarstvenih kampanjah.



Ta pristop temelji na sodobnem razumevanju **digitalne participativne kulture**, v kateri blagovne znamke in kraji ne nagovarjajo več le uporabnikov, temveč **gradijo skupnosti**. Ključna inspiracija za zasnovo tega modela je primer **uspešnega komuniciranja glasbene skupine Joker Out**, ki prek nenehne osebne in vključujoče komunikacije na družabnih omrežjih ustvarja odnos z oboževalci, ki sega daleč prek koncertnih dvoran. Tako kot Joker Out ne trži le glasbe, temveč identiteto, vrednote in skupnost, bo tudi Kočevsko vzpostavilo vez z obiskovalci – ne kot klasična destinacija, ampak kot **krajevna identiteta, s katero se lahko povežeš**.

Člani skupnosti bodo na Kočevsko prihajali ne le kot turisti, temveč kot **osebni podporniki gozda, prijatelji Kočevskega**, ambasadorji njegovega varovanja in soustvarjalci doživetij. V digitalni dobi, ko je pripadnost vse bolj povezana z vrednotami in čustveno resonanco, **bo mednarodna skupnost ljubiteljev gozdov ključni element pozicioniranja Kočevskega kot najbolj prvinske gozdne destinacije Evrope**.

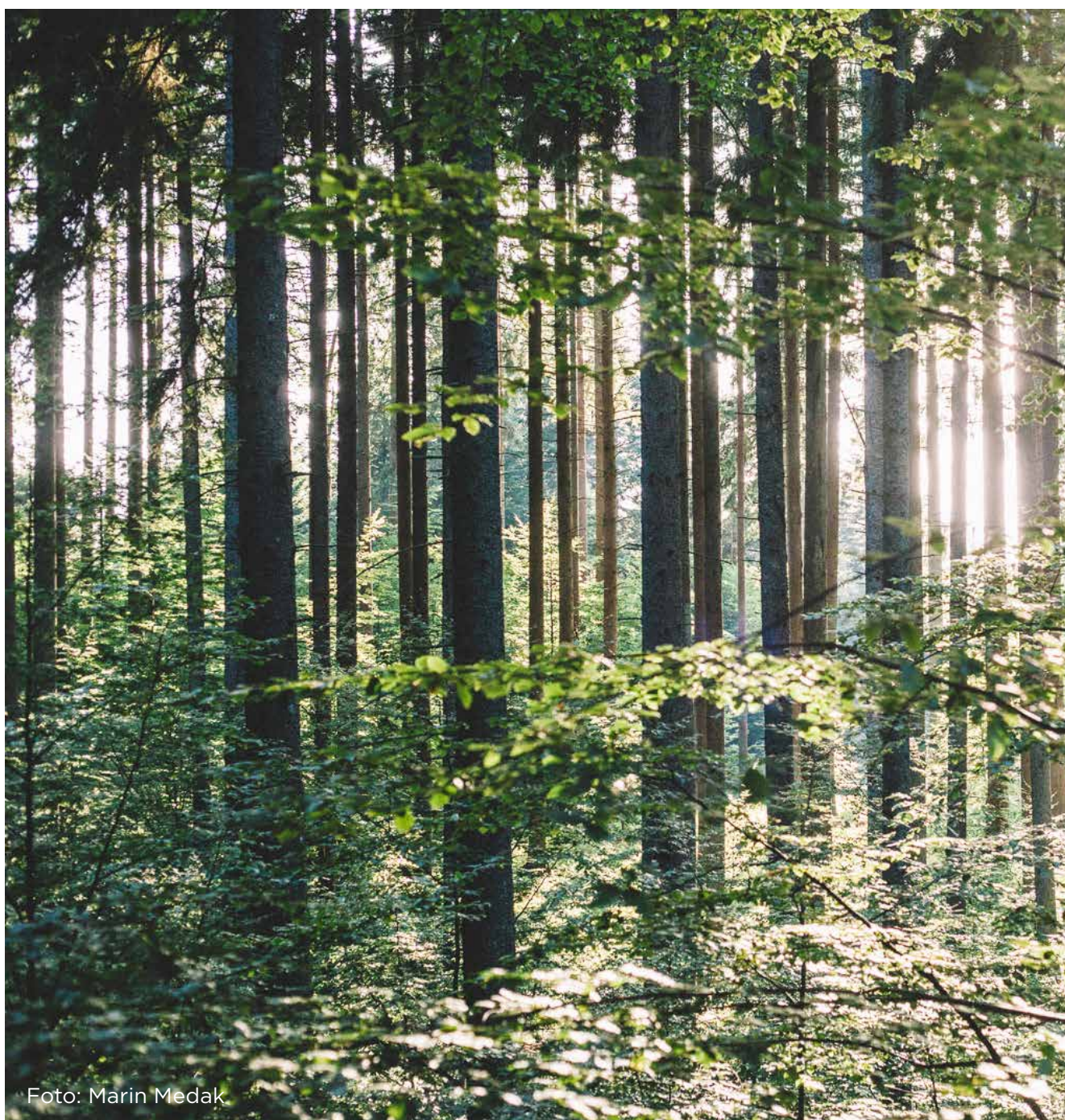


Foto: Marin Medak



## 4.6. DELEŽNIKI RAZVOJA TURIZMA V DESTINACIJI KOČEVSKO

Razvoj turizma je kompleksen in večplasten proces, pri katerem se zahteva usklajeno sodelovanje številnih deležnikov – posameznikov, skupin in institucij, ki jih turistične aktivnosti bodisi neposredno vključujejo bodisi nanje posredno vplivajo. V kontekstu destinacije Kočevsko so deležniki tisti, ki lahko s svojim delovanjem pomembno vplivajo na uresničevanje strateških ciljev, obenem pa jih ti cilji in rezultati neposredno zadevajo. Njihova vloga je ključna za dolgoročno vzdržnost, kakovost in identiteto destinacije.

Deležniki izvirajo iz treh temeljnih sektorjev: **javnega, zasebnega in civilnega**. Vsak sektor ima svoje naloge, pristojnosti in specifikke, a le skozi skupno delovanje je mogoče zagotoviti celostni razvoj destinacije. Najpogostejše so v ospredju podjetniki in podjetja, ki v turizmu prepoznajo poslovno priložnost. Ti so tudi najpogostejši izvajalci aktivnosti v destinaciji, vendar v sodobnih pristopih k destinacijskemu menedžmentu ne morejo več biti edini protagonisti. Turizem je sistemska dejavnost, ki zahteva vključevanje različnih družbenih podsistemov, kot so izobraževanje, okolje, kultura, promet in druge storitve.

V sodobnem turističnem razvoju so deležniki pogosto obravnavani z vidika **potrošniškoponudniškega odnosa**, kar pomeni, da so turisti in ponudniki sicer obravnavani ločeno, vendar so njuni interesi tesno prepleteni in soodvisni. Povpraševanje po specifičnih oblikah doživetij narekuje razvoj ponudbe, kakovost ponudbe pa oblikuje zaznano vrednost destinacije pri turistih.

Velikost, vpliv in organiziranost posameznega deležnika določajo njegovo vlogo in moč pri oblikovanju razvojnih usmeritev. Pogosto imajo **večji gospodarski subjekti** večji vpliv na strateške odločitve, **manjši ponudniki** pa so tisti, ki ustvarjajo avtentičnost, inovativnost in doživljajsko raznolikost – kar je v primeru destinacije Kočevsko, v kateri prevladuje naravni in butični turizem, še posebej pomembno. Njihov prispevek je dragocen, vendar pogosto manj slišan, zato je treba razvijati orodja, ki omogočajo njihovo aktivno vključevanje v destinacijsko upravljanje.

Vloga **javnega sektorja** je predvsem v skrbi za javno dobro, koordinacijo, zagotavljanje osnovne infrastrukture, prostorsko upravljanje, zakonodajni okvir in regulacijo. Zaradi institucionalne togosti je ta sektor pogosto manj trženjsko agilen, a ključen pri dolgoročnih vlaganjih, urejanju prostora in spodbujanju trajnostnih modelov razvoja. V tem pogledu je **javno-zasebno partnerstvo** eden izmed zelo pomembnih mehanizmov za učinkovito delovanje v turizmu.

**Nevladne organizacije**, društva in druge civilnodružbene strukture dopolnjujejo ponudbo s programi, ki prispevajo k doživljajski globini destinacije – od kulturnih dogodkov do športnih tekmovanj in interpretacije dediščine. Njihova vloga je pogosto neformalna, a izjemno pomembna pri ohranjanju identitete in družbene kohezije.



V kontekstu destinacije Kočevsko so glavni institucionalni nosilci razvoja:

- **Občina Kočevje**, ki ima največji upravljavski in investicijski potencial;
- **Zavod Kočevsko – Zavod za turizem in kulturo Kočevje** kot glavni koordinator destinacijskega upravljanja;
- **Občina Kostel** in **Zavod za kulturo in turizem Kostel**, ki delujeta kot pomembna partnerja v skupni zgodbi destinacije.

Zaradi trenutne razvojne stopnje in razpoložljivih zmogljivosti imata Občina Kočevje in njen zavod ključno vlogo – ne toliko kot izvajalca aktivnosti, temveč kot **koordinatorja** in **usmerjevalca razvoja**, ki morata zagotavljati, da vsi deležniki sledijo skupni strategiji.

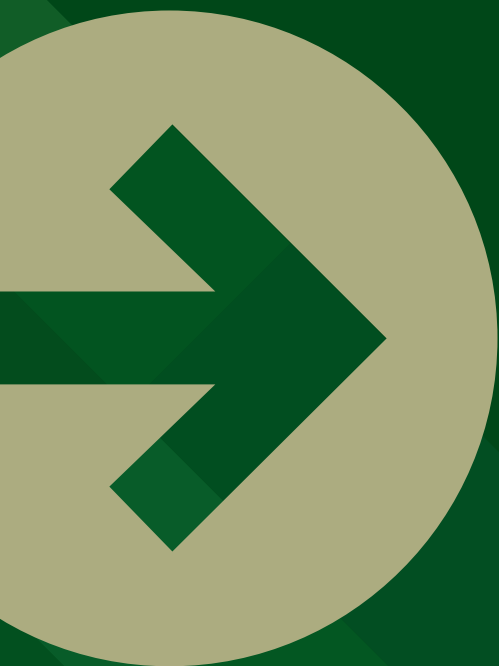
Zlasti pri **spodbujanju investicij v nastanitvene zmogljivosti**, kar je osrednji strateški cilj novega obdobja, nosi Občina odgovornost, da z regulativnimi, podpornimi in finančnimi ukrepi ustvari ugodno okolje za vlagatelje, ki bodo gradili infrastrukturo skladno z naravnimi danostmi in z zgodbo *5\* doživetij gozda*.

Za uresničitev zastavljenih ciljev mora vizija postati skupna vrednota. Pomembno je, da vsi deležniki – javni, zasebni in civilni – **ponotranjijo krovno zgodbo** ter delujejo usklajeno, vsak v svojem okviru. Pomembna bo tudi koordinacija med občinama, ki sestavljata destinacijo Kočevsko, saj uspeh ne more biti rezultat delovanja posamezne občine, temveč celostnega območja.

Zato morajo biti v središču razvoja **usklajen dialog**, odprtost za pobude iz različnih sektorjev ter jasno opredeljeni mehanizmi sodelovanja, ki omogočajo, da se vsi deležniki čutijo kot pomemben del skupne poti.



Foto: Jurij Pelc



# URESNIČEVANJE STRATEGIJE

WILD.  
BUT  
NICE.

## 5. URESNIČEVANJE STRATEGIJE

**K oblikovanju ukrepov za uresničevanje strategije smo pristopili dvostopenjsko.** Najprej smo v fazi priprave Podlag ocenili, ali je smotrno nadaljevati ukrepe iz prejšnje strategije: izvedli smo dve delavnici in 11 poglobljenih intervjujev z glavnimi deležniki ter ugotovili, kaj želimo nadaljevati, kaj nadgraditi in kaj opustiti. S temi izsledki smo postavili trdno podlago za oblikovanje nabora ukrepov v novi strategiji in njihovo validacijo. **Ukrepi so v tem dokumentu jasno naštet in opisani. Podrobnejša operativna razčlenitev (nosilci, sredstva, časovnica in pričakovani kazalniki uspeha) bo pripravljena v akcijskih načrtih, ki jih bo Zavod Kočevsko sprejemal na eno do dve leti skladno s finančnimi zmožnostmi. Predlog prvega takšnega akcijskega načrta je v nadaljevanju.**

Kot je bilo že omenjeno, smo na osnovi analize iz Podlag, dveh delavnic in 11 intervjujev oblikovali **nabor 50 prioritetenih ukrepov** s pripadajočimi dopolnilnimi ukrepi ter jih **septembra 2025 preverili na treh javnih delavnicah.** Uporabili smo kombinacijo strukturirane razprave in glasovanja prek Mentimetra, kar nam je omogočilo sprotno primerjavo vpliva in izvedljivosti predlogov ter zbiranje utemeljitev in komentarjev. Pri presoji smo uporabljali skupna merila: prispevek k DNK destinacije (gozd/voda), trajnostni učinek (okoljski, družbeni, ekonomski), izvedljivost v 24-36 mesecih, finančni vzvod (možnosti sofinanciranja), vpliv na sezonskost in prostorsko razpršitev obiskovalcev ter povezanost z obstoječo infrastrukturo in znamko Kočevsko.

Z delavnicami smo povezali predstavnike občin, zavodov, ponudnikov, nevladnih organizacij, naravovarstva, športa/outdoor, kulture in lokalne skupnosti. Rezultat ni zgolj »seznam želja«, temveč usklajen, fazno zasnovan paket ukrepov z okvirnimi nosilci, partnerstvi in ključnimi odvisnostmi. V naboru strateških ukrepov 2026-2036 se razlikuje med hitrimi, nizko stroškovnimi vzvodi ter vodilnimi, investicijsko zahtevnejšimi projekti.

**Uresničevanje strategije bomo spremljali s preverjanjem tega, kako dosegamo jasno opredeljene strateške cilje.** Napredek bomo preverjali prek doseženih mejnikov in ciljev (zaključene faze, vzpostavljene storitve, zagnani programi, odprta infrastruktura), s periodičnimi pregledi in posodobitvami akcijskega načrta, v katerih bodo zapisani tudi kazalniki uspeha (KPI). **Vlogo koordinatorja ima Zavod Kočevsko, ki skrbi za usklajevanje partnerjev, komunikacijo, poročanje in prilagajanje faznosti** skladno z načeli Zelene sheme slovenskega turizma ter tremi stebri trajnosti. V nadaljevanju predstavljamo analizo ukrepov prejšnje strategije, analizo validacije in rezultat končnega prioritetenega izbora.



## 5.1. ANALIZA UKREPOV PREJŠNJE STRATEGIJE

Med preučevanjem uresničevanja prejšnje strategije smo se osredotočili na vprašanje, s katerimi ukrepi želijo deležniki nadaljevati in kje je potrebna nadgradnja ali opustitev. Zato smo poleg pregleda izvedenih aktivnosti izvedli dve participativni delavnici: 18. marca 2025 z internim timom Zavoda Kočevsko (v KCK) in 3. junija 2025 z zunanjimi deležniki (v TIC Jezero) – predstavniki občin, ponudniki, NVO, kulturnimi in naravovarstvenimi organizacijami ter aktivnimi člani skupnosti. Na obeh delavnicah smo uporabili Mentimeter, kar je omogočilo anonimno, sprotno in vizualno pregledno zbiranje mnenj, usklajevanje stališč ter kombiniranje kvantitativnih in kvalitativnih povratnih informacij. Udeleženci so na Likertovi lestvici (15) ocenili 45 ukrepov iz prejšnje strategije, razvrščenih v pet operativnih ciljev. Namen ni bil meriti doseganje sekundarnih kazalnikov, temveč preveriti smiselnost tega, da se ohranijo, nadgradijo ali opustijo posamezni ukrepi.

**Ključni rezultat je široko soglasje o nadaljevanju večine ukrepov. V segmentu nastanitev** je največ podpore prejel razpršen in trajnosten razvoj kapacitet v naravnem okolju: glamping in druge butične oblike v gozdu, obnova obstoječih nepremičnin (gozdne koče, podeželske hiše) in spodbujanje novih ponudnikov. Posebej izstopa ideja »nastanitve kot izkušnje gozda«, pri kateri bivanje samo postane osrednji del doživetja. Visoka podpora upravljanju obstoječih objektov (npr. Hostel Bearlog, kamp ob jezeru) potrjuje potrebo po premostitvenih rešitvah do uresničitve novih investicij. Nekaj razhajanj je pri projektu mestnega hotela in podpornih servisih za sobodajalce, kjer so deležniki izrazili višja pričakovanja kot zaposleni; to nakazuje potrebo po dodatnem dialogu o vlogi zasebnega sektorja in modelih upravljanja.

Na področju **prehrambne ponudbe** so deležniki potrdili strateški zasuk k lokalni in gozdni kulinariki. Največ podpore so dobili O, Kočevsko! za restavracije, kulinarčna doživetja v naravi ter vzpostavitev tipskih piknik prostorov v destinaciji. Zaznati je tudi močno željo po razvoju kratkih lokalnih dobavnih verig, stalni prisotnosti značilnih jedi na menijih, izobraževanjih za gostince in povezovanju z lokalnimi pridelovalci. Podpora segmentu pijač in prigrizkov (bar ponudba) je bila nekoliko zadržana, zato je smiselna pilotna preverba njegovih tržnih učinkov.

Pri **atrakcijah** sta obe skupini najvišje ocenili ureditev kopališč in dostopov ob Kolpi ter strukturiran ogled potokov in slapov. Grad Kostel ostaja prepoznan kot ključno kulturno jedro z razvojnim potencialom. Zaposleni so izrazito poudarili pomen trajnostne infrastrukture za obisk pragozdov (zlasti Krokarja) ter emobilnosti (nakupe e-koles), deležniki pa so višje vrednotili športno-rekreacijski razvoj območja Kočevskega jezera. Nižje, a še vedno podporne ocene pri posameznih nišnih vsebinah (npr. energijske točke) kažejo, da te ideje potrebujejo bolj jasno konceptualizacijo, faznost ali dodatno utemeljitev vplivov na prostor.

V sklopu **aktivnosti** je največ soglasja pri produktih, ki najbolje utelešajo identiteto destinacije: opazovanje divjih živali, gozdni selfness in programi preživetja v naravi. Med športnimi vsebinami izstopajo MTB center, športne prireditve in kolesarski programi, pri čemer deležniki opozarjajo na praktične vidike infrastrukture, upravljanja in trženja. Dediščinski produkti (grad Kostel, Bunker Škrilj) so trdno umeščeni v jedro ponudbe, a z jasnim signalom k nadaljnji interpretativni nadgradnji. Ostala ponudba

z kulturno dediščinsko vsebino obstaja, vendar je trenutno razvita do te mere, da lahko služi kot sekundarna ponudba pri pripravi izletov, dopolnitvi programov in podaljšanju bivanja na destinaciji. Vodni športi in jahanje ostajajo podprti, vendar z več pridržki glede umeščanja v trajnostni okvir in operativne izvedljivosti.

**Podporne aktivnosti** so najvišje ocenjeni sklop celotne validacije. Obstaja trdna soglasnost, da so razvoj infrastrukture, enotna krovna blagovna znamka ter strateško in operativno trženje nujne predpostavke za uspeh. Zaposleni posebej poudarjajo pomen sistematičnega sodelovanja med občinama ter programov osveščanja in usposabljanja; deležniki pa jasno izražajo potrebo po zelo konkretnih orodjih: boljši signalizaciji, lokalni mobilnosti, uporabi vlaka, renta car ponudbi, servisih za ponudnike in digitalni podpori obiskovalcem. Nadaljevanje vključevanja v Zeleno shemo slovenskega turizma se razume kot pomemben okvir za dvig standardov trajnosti in mednarodno prepoznavnost.

Kakovost predlogov iz odprtih vprašanj dodatno potrjuje strateško smer: butične gozdne nastanitve (hiške v krošnjah, brlogi, zemljanke), interpretacija kočevarske in druge dediščine, adrenalinske in družinske vsebine (adrenalinski park, zipline, učne poti), krepitev zimskih programov, lokalna prehranska veriga, digitalna orodja (aplikacija, zemljevidi), izobraževanja za ponudnike in dosledno varovanje naravnega okolja. Skupna nit je želja po poglobljenem, avtentičnem in trajnostnem doživetju, ki dviguje dodano vrednost, podaljšuje bivanje in koristi lokalni skupnosti.

**Sklepno se potrjuje, da ni potrebe po radikalni prenovi smeri, temveč po fazni nadgradnji preverjenih ukrepov, jasni prioritizaciji in močnejši izvedbeni podpori.**

Razlike med zaposlenimi in deležniki so vsebinsko produktivne: odražajo različne vloge (strateška perspektiva proti operativni perspektivi) in služijo kot iztočnica za usklajevanje pričakovanj, zlasti pri obsežnejših infrastrukturnih in investicijskih projektih. Rezultati validacije so bili neposredno uporabljeni za oblikovanje končnega nabora prioritet po letih, za definicijo nosilcev, potrebnih partnerstev in virov financiranja ter za vzpostavitev merljivih kazalnikov napredka. Participativni pristop je ob tem utrdil občutek soustvarjanja in lastništva nad strategijo – ključen pogoj, da bo načrtana vizija v naslednjem obdobju tudi izvedena.



Foto: Petra Drašković

## 5.2. VALIDACIJA NABORA BODOČIH UKREPOV

**Namen validacije je bil preveriti, ali predlagani ukrepi (generirani iz Podlag, dveh delavnic in 11 intervjujev) res odražajo potrebe destinacije, zmožnosti izvajalcev in skupno vizijo razvoja.** Po začetni presoji smiselnosti ukrepov iz prejšnje strategije smo oblikovali nabor 50 prioritetenih ukrepov (z dopolnilnimi) in jih septembra 2025 preverili na treh delavnicah s predstavniki občin, zavodov, ponudnikov, nevladnih organizacij, naravovarstva, športa/outdoor, kulture in lokalne skupnosti. Postopek je združil predstavitev razvojnega koncepta in vizije, strukturirano razpravo in glasovanje, kar nam je omogočilo sprotno primerjavo vpliva in izvedljivosti predlogov ter zbiranje utemeljitev in komentarjev.

Pri presoji smo uporabljali skupna merila: skladnost z DNK destinacije (gozd/voda) in strateškimi cilji, trajnostni učinek (okoljski, družbeni, ekonomski), izvedljivost v 24-36 mesecih, finančni vzvod (možnosti sofinanciranja), vpliv na sezonskost in prostorsko razpršitev obiskovalcev ter povezljivost z obstoječo infrastrukturo in krovno znamko Kočevsko. V nadaljevanju predstavljamo izide validacije, ki so neposredna podlaga za pripravo in periodično posodabljanje akcijskega načrta ter za spremljanje tega, kako uresničujemo cilje.

**Ukrepe smo strukturirali v pet operativnih ciljev: izboljšanje nastanitev, izboljšanje prehrambne ponudbe, izboljšanje atrakcij, izboljšanje aktivnosti in podporne aktivnosti.**

V **tabeli 4** je povzeta validacija **ukrepov za izboljšanje ponudbe nastanitev**, razvrščenih po povprečni oceni (1-5). Višja ocena pomeni večji konsenz o prioriteti in izvedljivosti v naslednjem obdobju. Razvrstitev omogoča hitro razločevanje med takoj izvedljivimi vzvodi, sidrnimi projekti in ukrepi, ki zahtevajo dodatno pripravo (prostorsko, finančno, organizacijsko).

**Tabela 4. Razvrstitev ukrepov za izboljšanje ponudbe nastanitev.**

| RANG | UKREP   | OCENA |
|------|---|-------|
| 1    | Spodbujanje novih ponudnikov in novih oblik nastanitev (kampi, sobodajalci, razpršeni hotel ...)                                | 4,9   |
| 2    | Umeščanje v prostor in iskanje zemljišč za greenfield investicije; knjižica investicijskih priložnosti in iskanje investitorjev | 4,5   |
| 3    | Izgradnja gozdnega resorta – Forest resort Kočevje (MTB)  | 4,3   |
| 4    | Upravljanje Hostla Bearlog  | 4,0   |
| 5    | Obnova nepremičnin, primernih za nastanitev, v Kočevju in okoli Kočevskega jezera   | 3,8   |
| 6    | Skupno trženje Gozdne kočice in aktivacija lovskih koč v ponudbo nastanitev   | 3,8   |
| 7    | Hotel 4* in več v Kočevju   | 3,8   |
| 8    | Izgradnja gozdnega resorta s počitniškimi hiškami na območju Castle Festivala   | 3,6   |
| 9    | Upravljanje kampa ob Kočevskem jezeru   | 3,5   |
| 10   | Izgradnja gozdnega resorta – Kočevska Reka (ZGS objekt)   | 3,4   |

Vir: delavnice.





Foto: Jošt Gantar

Na vrhu se jasno izrišeta dva najmočnejša vzvoda: sistemska spodbuda novih ponudnikov in formatov (4,9) ter priprava prostorskih in investicijskih pogojev (4,5). Prvi hitro poveča razpoložljivost ležišč z nizkimi vstopnimi stroški in močno lokalno multiplikacijo, drugi pa ustvarja orodje za večje zasebne naložbe. Kot najvišje uvrščen sidrni projekt sledi gozdni resort – Forest resort Kočevje ob MTB centru (4,3), ki neposredno kapitalizira DNK destinacije (gozd/outdoor) in ima jasen tržni produkt.

Operativna kontinuiteta obstoječih javnih objektov (Bearlog 4,0) ostaja smiselna kot prehodna infrastruktura, a z nižjo strateško težo od zgornjih treh ukrepov. Skupina srednje ocenjenih ukrepov (3,8) – obnova nepremičnin, skupno trženje gozdnih/lovskih koč in hotel 4\* – kaže na podporo, a tudi na potrebo po jasnejši faznosti: prenove in razpršeni modeli so bližje izvedbi, hotelski projekt pa terja trdno investicijsko zgodbo in povpraševanje skozi vse leto.

Nižje ocenjeni projekti (3,6-3,4) – tematski gozdni resort pri Castle Festivalu, upravljanje kampa na jezeru ter gozdni resort Kočevska Reka – nakazujejo zadržke zaradi prostorskih/zavarovalnih omejitev, sezone, logistike ali neizkristalizirane ponudbene posebnosti. Ti ukrepi zahtevajo dodatno konceptualno dodelavo, partnerstva ali drugačno umestitev v fazni načrt.

Kratkoročno prednost dajemo programom za aktivacijo novih ponudnikov, prostorski pripravi investicij in zasnovi gozdnih resortov. Srednjeročno sledijo prenove obstoječega fonda ter mreženje gozdnih koč; hotelski projekt in dodatni gozdni resorti so smiselni po utrditvi povpraševanja in zagotovljenih lokacijah. Upravljanje obstoječih kapacitet ostaja prehodno orodje za ohranjanje osnovne ponudbe, z repozicioniranjem v »gozdno zgodbo«, če je to mogoče.

V **tabeli 5** je prikazana validacija **ukrepov za izboljšanje prehranske ponudbe**. Deležniki so glasovali z ocenami od 1 do 5; višja ocena pomeni večjo podporo nadaljevanju. Pri presoji so upoštevali prispevek k DNK destinacije (gozd/voda), trajnostni učinek, izvedljivost v 24-36 mesecih, finančni vzvod, vpliv na sezonskost in razpršitev ter povezavo z obstoječo infrastrukturo in znamko Kočevsko.

**Tabela 5. Razvrstitev ukrepov za izboljšanje ponudbe prehrane.**

| RANG | UKREP   | OCENA |
|------|---|-------|
| 1    | Usposabljanja o gostoljubju, kakovostni strežbi in jeziki               | 4,3   |
| 2    | Forest fest – gozdni kulinarčni festival (divjačina, gobe, sadeži)      | 4,3   |
| 3    | Kulinarčna doživetja v naravi – pikniki in piknik košare                | 4,2   |
| 4    | Tipski piknik prostori za destinacijo                                   | 4,1   |
| 5    | O, Kočevsko! – Okusi gozda za restavracije (tipične jedi, zajtrk)       | 3,9   |
| 6    | Ureditev prodaje izdelkov izdelovalcev, ki ne morejo prodajati direktno | 3,8   |
| 7    | Destinacijska specialiteta (signature dish & drink)                     | 3,7   |
| 8    | Kuharske delavnice in tečaji za turiste                                 | 3,5   |
| 9    | Značilne jedi in pijače Kostela   | 3,4   |
| 10   | Kostelsko šišilo – ocenjevanje suhomesnatih izdelkov                    | 3,2   |

Vir: delavnice.

Najvišje ocenjena sta bila ukrepa usposabljanj ter »Forest festa«, kar kaže na jasno željo deležnikov, da kakovost in prepoznavnost kulinarike dvignemo hitro in z vidnim učinkom – prek znanj ljudi in enega dogodka z močno zgodbo. Tik za njima sta se uvrstila doživetje piknika in tipsko urejeni piknik prostori, kar potrjuje, da destinacija svojo gastronomsko identiteto prepoznava v naravnem, outdoor okviru: hrana naj se uživa v gozdu, ob vodi in v ritmu sezone.

Srednji sklop rezultatov – O,Kočevsko! za restavracije, ureditev prodajnih kanalov za lokalne izdelke ter razvoj destinacijske specialitete – ima jasen strateški potencial, a zahteva kuriranje ponudbe, stabilne dobavne verige, jasne standarde in reševanje praktičnih ovir (regulativa, logistika).

Najnižje ocenjeni sklop (delavnice za turiste, kostelske jedi in šišilo) deležniki razumejo kot dopolnilni program: smiselni je, ko podpira osrednje produkte, prinaša sezonsko živahnost in krepi lokalno identiteto, ni pa prvi nosilec preboja. Ključno sporočilo validacije je, da zavrnitev ni bilo; podpora je široka, z jasnim nagibom k izvedljivim, na teren vezanim rešitvam, ki združujejo »gozdno« zgodbo, skupnost in izkušnjo na prostem.

V prvi fazi je smiselno težišče postaviti na ljudi in prizorišče: okrepiti kompetence gostincev, strežbe in jezikov, obenem pa vzpostaviti prepoznavni festivalski dogodek ter standardizirane piknik lokacije s premišljeno logistiko, varnostjo in lokalnim nabavnim zaledjem. V naslednjem koraku je treba Okuse gozda za restavracije pretvoriti v žive menije in zajtrke z jasnimi kakovostnimi merili, urediti poti do trga za lokalne izdelke ter sočasno razviti in preizkusiti destinacijsko jed in pijačo kot kulinarčni podpis Kočevskega. Ko bo jedro sistema uigrano, naj se ponudba razširi z delavnicami, kostelsko kulinarčno zgodbo in tradicionalnimi dogodki, ki sezono daljšajo in ponujajo vsebinski kontrapunkt glavnim nosilcem. Celoten razvoj naj poteka pod enotno znamko Kočevsko v tesni povezavi z »gozdno« DNK destinacije,

s poudarkom na sezonskosti, lokalnih verigah in trajnostnih praksah – tako, da gastronomija postane naravno nadaljevanje doživetij v prostoru.

Skupna slika potrjuje pot – kulinarika naj postane naravno nadaljevanje gozda – od vira (lokalne verige) do izkušnje (doživetja v naravi) in podpisa (signature jed/pijača) z jasnimi pravili trajnosti in odgovorne rabe prostora.

V nadaljevanju je povzetek validacije **prioritet pri izboljšanju ponudbe atrakcij**. Ukrepi so razporejeni po povprečni oceni (najvišje najprej), nato sledi kratka interpretacija rezultatov in sklep.

**Tabela 6. Razvrstitev ukrepov za izboljšanje ponudbe atrakcij.**

| RANG | UKREP  | OCENA |
|------|--|-------|
| 1    | UKREP 6: nadaljnji razvoj MTB (žičnica, proge, prireditveni prostor, nastanitev, kopališče, adrenalinski park ...) | 4,5   |
| 2    | UKREP 2: ureditev interpretacijskega centra za obisk gozdov  | 4,4   |
| 3    | UKREP 8: festivali in prireditve, ki generirajo turistični promet  | 4,4   |
| 4    | UKREP 4: grad Kostel   | 4,3   |
| 5    | UKREP 10: razvoj LYNX centra   | 4,2   |
| 6    | UKREP 5: športnorekreacijski center Kočevsko jezero  | 4,1   |
| 7    | UKREP 7: grad Fridrihštajn   | 4,0   |
| 8    | UKREP 1: ureditev infrastrukture za obisk pragozdov in UNESCO pragozd Krokar (okolice)                             | 3,9   |
| 9    | UKREP 3: ureditev plaž ob Kolpi  | 3,9   |
| 10   | UKREP 9: Bunker Škrilj   | 3,9   |

Vir: delavnice.

Najvišje je ocenjen celovit razvoj MTB – jasno sporočilo, da je »outdoor motor« destinacije najmočnejši vzvod za obisk, prepoznavnost in dogodke. Takoj za njim sta interpretacijski center za gozd in festivalski program: deležniki želijo urejeno »zgodb gozda« (usmerjanje obiskovalcev, varovanje občutljivih območij, izobraževanje) ter redne prireditve kot stabilen generator prometa in medijske pozornosti.

V srednjem razredu sta grad Kostel in LYNX center: prvi kot nosilna ikona kulturne dediščine, drugi kot vsebinski »most« do identitete divjine in velikih zveri – oba z visokim potencialom za butična, vodena doživetja. Športnorekreacijski center ob jezeru je visoko, a malenkost nižje zaradi odprtih vprašanj (nosilnost, skladnost s trajnostjo, lastništvo zemljišč ...). Grad Fridrihštajn je korak zadaj, verjetno zaradi trenutnih omejitev dostopa.

Skupina s povprečno oceno 3,9 (pragozdna infrastruktura, plaže ob Kolpi, Bunker Škrilj) ima podporo, a tudi pridržke: pri pragozdu gre za zelo občutljiv prostor (potrebna sta strogo upravljanje in doziranje obiskov), pri plažah za standarde urejenosti in varstva, pri bunkerju za osvežitev interpretacije in boljšo umestitev v sodobne programe.



Atrakcije se zgoščajo v dva komplementarna stebra: (A) športno-outdoor jedro z MTB Trail centrom in dogodki ter (B) kuriran kulturno-naravni sklop (gozd/velike zveri, grad Kostel, pragozd) z natančnim upravljanjem obiskov. Priporočena je faznost: hitro izvedljivi koraki (vsebina in zasnova interpretacijskega centra, festivalski koledar, osnovne ureditve ob Kolpi) ter vzporedno priprava večjih, investicijsko zahtevnejših projektov (širitev MTB Trail centra, jezerski športni kompleks, konservatorske nadgradnje gradov). Vse naj bo trdno vezano na DNK destinacije (gozd/voda), razbremenjevanje sezonskosti in usklajeno varovanje občutljivih območij.

Naslednji sklop so prioritetni **ukrepi za izboljšanje ponudbe aktivnosti**, razvrščeni po povprečni oceni (višje = večja prioriteta). V tabeli je povzeto, kaj rezultat pomeni za izvajanje.

**Tabela 7. Razvrstitev ukrepov za izboljšanje ponudbe aktivnosti.**

| RANG | UKREP   | OCENA | KAJ POMENI REZULTAT  |
|------|---|-------|--|
| 1    | Razvoj športno-rekreacijskih aktivnosti ob vodi (Kočevsko jezero, Kolpa, vodni športi, čolnarjenje) | 4,5   | Glavna vsebina poleti; potreben jasen režim rabe, varnost, minimalni posegi, paketiranje z nastanitvami.               |
| 2    | Opazovanje divjih živali  | 4,4   | Vrhunski diferenciator destinacije; poudarek na vodenju, varstvu in omejitvah nosilne zmogljivosti.                    |
| 3    | Kolesarjenje in MTB Trail center (povezane poti in center za kolesarje)                             | 4,3   | Sidrni aktivni produkt; nadgradnja poti, servis/izposoja, dogodki, povezava z nastanitvami, ki so prijazne kolesarjem. |
| 4    | Preživetje v naravi   | 4,2   | Butična doživetja z visoko dodano vrednostjo; standardi varnosti, licencirani inštruktorji.                            |
| 5    | Priprave športnikov (infrastruktura in storitve za ekipe)   | 4,0   | Polnitev zunaj vrhunca sezone; zahteva koordinacijo športne infrastrukture in nastanitev.                              |
| 6    | Grad Kostel in grad Fridrihštajn (dediščinski produkti in interpretacija)                           | 3,9   | Potrebna vsebinska posodobitev: interpretacija, vodeni ogledi, dogodki; paketiranje z lokalno kulinariko.              |
| 7    | Gozdni selfness (wellness, duhovna izkušnja, gozdna kopel)  | 3,8   | Nišna, a rastoča niša; začeti s piloti in jasnimi protokoli (tišina, majhne skupine).                                  |
| 8    | Športne prireditve (tekmovanja, maratoni, festivali)  | 3,8   | Učinkovito za vidnost in obisk v kratkih vrhuncih sezone; ključna logistika, prostovoljska mreža, merjenje vplivov.    |
| 9    | Nabiranje gozdnih sadežev in zelišč (delavnice, interpretativne poti)                               | 3,5   | Dodatek h »gozdni« zgodbi; nizek vpliv na okolje, vodene mikro izkušnje, sezonsko.                                     |
| 10   | Bunker Škrilj, Šeškov dom (dediščinski produkti in interpretacija)                                  | 3,4   | Potrebno konceptualno preoblikovanje: zgodbarstvo, multimedija, kombinacija z drugimi vsebinami.                       |

**Rezultati jasno potrjujejo dvojno jedro destinacije: voda in gozd.** Vodne aktivnosti in opazovanje divjih živali sta najmočnejša vzvoda za privlačnost, kolesarjenje/MTB in preživetje v naravi pa pomenita robustno podporno os destinacije za celoletni aktivni turizem. Programi, ki že danes delujejo (MTB, opazovanje živali), naj dobijo infrastrukturne in operativne nadgradnje (standardi, vodenje, prodajni kanali, partnerstva z nastanitvami).

Srednje ocenjeni sklop (priprave športnikov, gozdni selfness, športne prireditve, gradovi) potrebuje vsebinsko spodbudo: jasne produktne pakete, koledar, standarde in pilotne projekte za dokaz učinka. Pri dediščini je ključen prehod iz statičnega ogleda v doživetje (interpretacija, tematski ogledi, večerni programi, povezava s kulinariko).

Nižje ocenjeni sklop (nabiralništvo, bunker/Šeškov dom) ostaja smiselno kot dopolnilo, vendar s fokusom na vodene, majhne, sezonske programe in z jasnim zgodbarjenjem (angl. *storytelling*). Tovrstne vsebine so odlične za razpršitev obiskov in dvig kakovosti bivanja, če so pravilno umeščene in komunicirane.

Prioritete so jasne: (1) voda (Rudniško (Kočevsko) jezero, Kolpa), (2) divjina (opazovanje zveri), (3) kolesarjenje/MTB, (4) butična outdoor doživetja (preživetje). Te štiri osi je smiselno takoj operacionalizirati v prodajne pakete z nastanitvami in kulinariko. Vzporedno se razvija »drugi val« (selfness, priprave ekip, športne prireditve, dediščina) skozi pilotne in partnerske modele. Za vse aktivnosti velja: varstvo narave, omejene skupine, certificirano vodenje in merjenje učinka na sezonskost ter razpršitev obiskov.

Kot zadnji sklop navajamo pregled **prioritetnih podpornih ukrepov**, razvrščenih od najvišje do najnižje povprečne ocene. Pri vsakem dodajamo kratek povzetek, zakaj je ukrep po mnenju deležnikov pomemben oziroma kje so zadržki.

**Tabela 8. Razvrstitev ukrepov za izboljšanje podpornih aktivnosti.**

| RANG | UKREP   | OCENA | KRATEK RAZLOG/OPOMBA  |
|------|---|-------|---|
| 1    | Razvoj infrastrukture   | 4,5   | Ključna »osnova sistema«: dostopi, signalizacija, servisne točke, prostorska urejenost – neposreden vpliv na izkušnjo in varnost.             |
| 2    | Program osveščanja in usposabljanja (delavnice, svetovanja, podpora ponudnikom) | 4,4   | Hiter dvig kakovosti storitev in enotnih standardov; krepi sodelovanje in profesionalnost.  |
| 3    | Krepitev krovne blagovne znamke Kočevsko  | 4,3   | Skupna identiteta (gozd/voda) za konsistenten nastop obeh občin in ponudnikov.  |
| 4    | Program za osveščanje lokalnega prebivalstva, hackatloni, študijske ture        | 4,1   | Aktivacija skupnosti in prenos dobrih praks; podpira sprejemanje turizma in soustvarjanje.  |
| 5    | Oblikovanje strategije in operativnega načrta trženja                           | 3,9   | Potreben jasen fokus na kanale, trge in pakete; ocena zmerna, ker se pričakuje pragmatična izvedba brez »papirja zaradi papirja«.             |
| 6    | Povezovanje s sosednjimi destinacijami (skupni projekti in nastopi)             | 3,9   | Smiselno za krožne poti in večdnevna doživetja; uspeh odvisen od konkretnih partnerjev in nosilcev.   |
| 7    | Zelena shema Kočevsko   | 3,7   | Trajnost ostaja temelj; ocena srednja zaradi zaznanih administrativnih ovir – pomembno je kazati konkretne koristi za ponudnike.              |
| 8    | Krepitev sodelovanja z Občino Kostel (skupna znamka, koordinacija produktov)    | 3,6   | Vsebinski smisel visok, a pragmatični izzivi (resursi, prioritizacija) znižujejo oceno. Potreben jasen operativni dogovor.                    |
| 9    | Mednarodna skupnost ljubiteljev gozda & destinacijska kartica                   | 3,6   | Potencial za lojalnost in ponovne obiske; priporočljiv pilot (MVP) zaradi stroškov in potrebne digitalne podpore.                             |
| 10   | Eno- do dvoletni akcijski načrti  | 3,3   | Nižja ocena, ker je »neviden« organizacijski ukrep; vendar nujen za faznost, odgovornosti in proračune. Predlagano: kratek, izvedbeni format. |



Deležniki najvišje vrednotijo otipljive (infrastruktura) in neotipljive elemente (znanje, skupnost, znamka), kar potrjuje zrel pogled: brez urejenega prostora in usposobljenih ljudi ni vrhunske izkušnje. Srednje visoko je ocenjen operativni destinacijski »motor« (trženje in meddestinacijsko povezovanje) – pričakovati je, da bo zelo operativno in povezano s konkretnimi produkti (paketi gozd/voda).

Trajnost (Zelena shema) je sprejeta kot standard, vendar deležniki želijo bolj otipljive koristi in manj birokracije. Sodelovanje z Občino Kostel in koncept destinacijske kartice sta dobila zadržano podporo: idejno da, a s pilotnim pristopom, jasnimi nosilci in zmernim stroškom. Najnižja ocena akcijskim načrtom ne odraža nepomembnosti, temveč tipično podcenjevanje »back-office« orodij; ti načrti vendarle ostajajo ključni za prehod od strategije k izvedbi.

Začeti je treba hitro in vidno: zapolniti infrastrukturne vrzeli, zagnati letni program usposabljanj ter poenotiti javni nastop pod znamko Kočevsko. **Vzporedno je treba pripraviti jedrnate, eno- do dvoletne akcijske načrte ter pragmatičen trženjski načrt, vezan na prioritete produkte.** Zelena shema in povezovanja naj tečeta po principu »pilotiraj-povečaj«: najprej majhni, merljivi preizkusi (npr. destinacijska kartica za izbrane segmente), nato razširitev, ko se pokaže učinek. Tako podpore aktivnosti postanejo realni vzvod za vse ostale stebre razvoja.

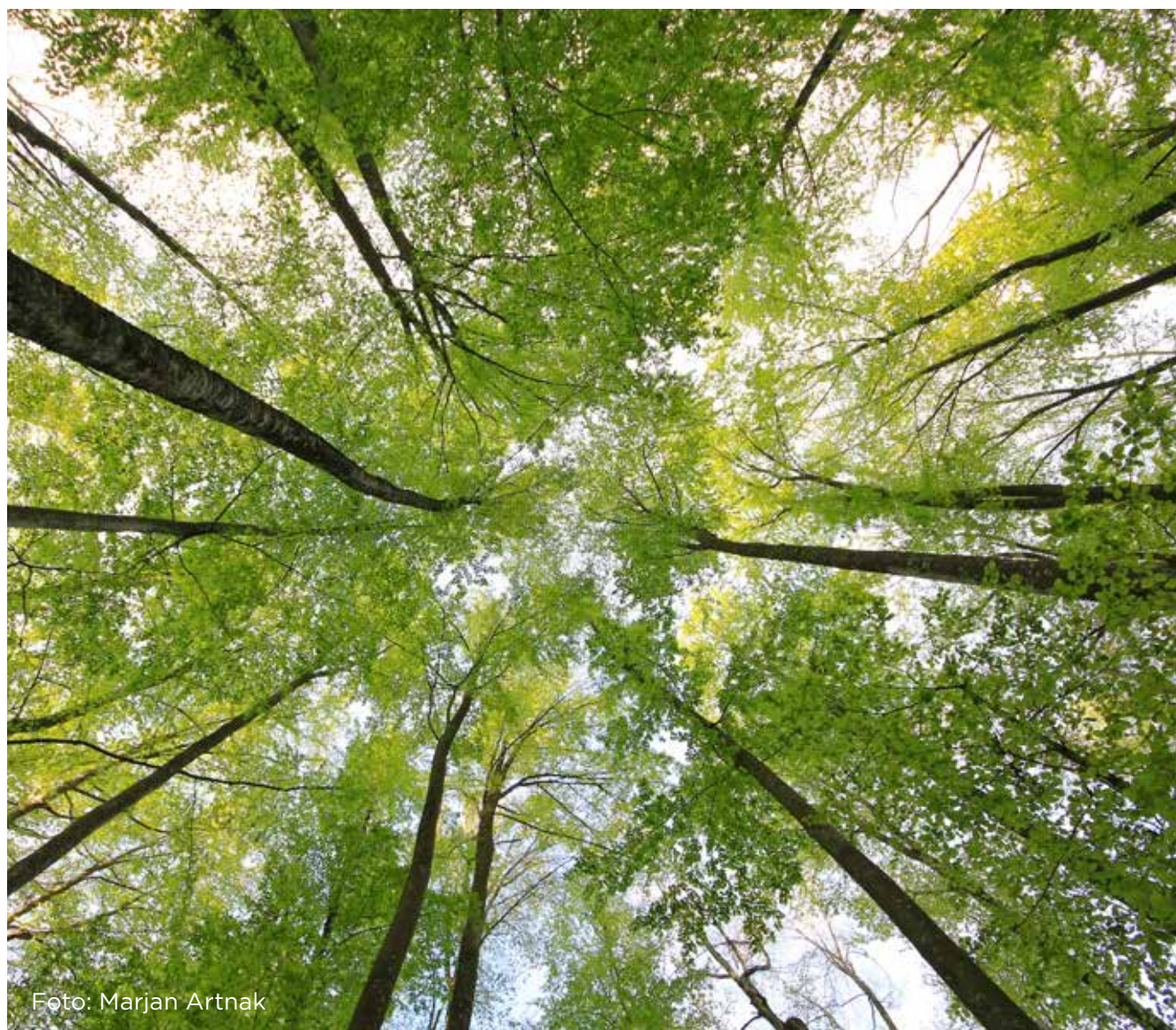


Foto: Marjan Artnak



### 5.3. UKREPI ZA URESNIČEVANJE STRATEGIJE

**Poleg jasne vizije in strateških ciljev mora biti s strategijo določen tudi način, kako cilje uresničimo.** Turizem uspeva le, če hkrati raste in se razvija – kvantitativno tam, kjer je to smiselno, predvsem pa kvalitativno, z večjo vrednostjo za gosta. Naš strateški model zato opisuje, kako bo destinacija v obdobju 2026-2036 napredovala skladno s cilji prek usklajenega delovanja na medsebojno povezanih področjih – **petih operativnih ciljih**:

- **izboljšanje nastanitev;**
- **izboljšanje prehrane;**
- **izboljšanje atrakcij;**
- **izboljšanje aktivnosti;**
- **izboljšanje podpornih aktivnosti.**

**Analiza stanja je nedvoumna: brez povečanja in prenove nastanitvenih zmogljivosti ni mogoče v polni meri ovrednotiti ključnih adutov destinacije Kočevsko – vrhunsko ohranjene narave, gozda in voda.** Zato v novem obdobju težišče prenašamo na razvoj sekundarne turistične ponudbe, zlasti na butične trajnostne nastanitve ter z njimi povezane storitve, ki dvigujejo kakovost celotne izkušnje.

**Uresničevanje je zasnovano okoli »verige vrednosti za gosta«,** torej vseh točk stika, kjer dodajamo kakovost: od prepoznavne podobe in informacij, enostavnega načrtovanja in prihoda, prijaznega sprejema in orientacije do bivanja (nastanitve in kulinarike), doživetij (narava, kultura, šport), urejene infrastrukture in odgovornega upravljanja prostora ter ponovnega stika po obisku. Vsak ukrep prispeva k izboljšanju enega ali več teh elementov, cilj pa je preseči pričakovanja gosta na celotni poti.

Ključna razvojna ideja obdobja 2026-2036 je dvig konkurenčnosti destinacije Kočevsko prek kakovostne sekundarne turistične ponudbe. To dosegamo z jasno prioritizacijo, faznostjo izvedbe in partnerskim pristopom. Nabor ukrepov je strukturiran po petih operativnih ciljih in je nastal v sodelovanju z deležniki.

**Operativno se bo izvajal prek kratkih eno- do dvoletnih akcijskih načrtov,** ki jih koordinira Zavod Kočevsko v sodelovanju z občinama in partnerji. Pri odločanju sledimo načelom trajnosti (okoljski, družbeni, ekonomski učinki) ter vplivu na sezonskost, razpršitev obiskov, povezovanje z obstoječo infrastrukturo in DNK destinacije (gozd/voda).

**S takšnim na cilje usmerjenim modelom uresničevanja zagotavljamo, da se Kočevsko razvija kakovostno in odgovorno – z večjo dodano vrednostjo na gosta, boljšimi pogoji za lokalno skupnost ter skrbnim upravljanjem naravne in kulturne dediščine.**

## **IZBOLJŠANJE PONUDBE NASTANITEV.**

Nastanitve so temelj verige doživetij in hkrati največja ovira za preboj Kočevskega v višji kakovostni razred. Cilj je povečati nastanitvene zmogljivosti, dvigniti standard in oblikovati ponudbo, ki je organsko vpeta v gozdno in vodno okolje. Težišče rasti naj bo v butičnih oblikah z nizkim vplivom na okolje, v naravi, urbanemu jedru pa naj pripada dopolnilna vloga (poslovni, športni in tranzitni gosti). Ključno je, da je »postelja« del zgodbe: zasnova, materiali, energija, prehrana in programi morajo odsevati identiteto gozda. Pri vsakem projektu pazimo na neinvazivno umeščanje, sodelovanje z lokalno skupnostjo, kratke dobavne verige in celoletno uporabnost. V nadaljevanju so opisani prioritetni ukrepi, kot so jih deležniki ovrednotili in potrdili v procesu validacije. **Osnovni koncept razvoja nastanitev je opisan v točki Razvojni koncept.**

### **1. Spodbujanje novih ponudnikov in novih oblik nastanitev (kampi, sobodajalci, razpršeni hotel ...)**

Namen ukrepa je hitro razširiti raznolikost in kakovost nastanitev s pomočjo majhnih butičnih enot v naravi. Vzpostavi se mentorska podpora (koncept, zakonodaja, standardi, cenovna politika, prodaja), da novi ponudniki lažje in pravilno vstopijo na trg. Uvedejo se skupne servisne storitve (čiščenje, perilo, rezervacije, vsebinski paketi), da se zmanjša strošek posameznega ponudnika. Poseben poudarek je na razpršenem modelu (gozdne koče, brunarice, seniki), kjer skupna recepcija in digitalna prodaja zagotavljata usklajeno izkušnjo. Vpeljejo se minimalni trajnostni standardi (materiali, voda, energija, odpadki) in hišni bonton za mir v naravi. Vključujejo se lokalne dobavne verige (zajtrki, košare, mikro doživetja), da ostaja več vrednosti v skupnosti. Spodbujajo se pilotne oblike (hiške v krošnjah, bivaki, čebelnjaki) za testiranje povpraševanja. Z združenim nastopom pod krovno znamko se dvigne prepoznavnost in zaupanje gostov. Cilj je hitra rast kakovostnih nastanitev z visoko dodano vrednostjo. Uspeh merimo po doseženih ciljih razpršitve, kakovosti izkušnje in večji lokalni vpetosti.

### **2. Umeščanje v prostor in iskanje zemljišč za »greenfield« investicije; knjižica investicijskih priložnosti in iskanje investitorjev**

Ukrepa sistematično pripravita teren: identificirajo se primerne lokacije, preverijo prostorski in okoljski pogoji ter osnovna infrastruktura. Za vsako lokacijo se pripravi kratek investicijski paket (opis koncepta, omejitve, faznost, okvir stroškov), združen v knjižico priložnosti. Občini in Zavod uskladijo vloge pri privabljanju investitorjev in pri hitrem usklajevanju postopkov. Postavijo se jasna merila: skladnost z DNK gozda/voda, nizko vplivna gradnja, vključenost skupnosti in lokalnih dobav. Razvije se lahko tudi model javno-zasebnih partnerstev, kjer je to smiselno. Komunikacija je odprta in predvidljiva, da se skrajša čas od ideje do izvedbe. Posebej se išče investitorje za nišne celoletne produkte. Poudarek je na kakovosti, ne na količini. Cilj je pregledna mapa projektov za izvedbo z realnimi nosilci in časovnico.

### **3. Izgradnja gozdnega resorta Kočevje (MTB)**

Gozdni resort ob MTB centru poveže aktivne goste z doživetjem gozda skozi vse leto. Podroben opis koncepta je že narejen v točki Razvojni koncept. Predvidene

so nizko okoljsko vplivne enote (glamping hiške, šotorišča, brlogi), kakovostna sanitarna jedra in skupni prostori. Vsebinsko jedro poleg razvite gostinske ponudbe so kolesarski servis, izposoja, tečaji, vodene ture in dogodki, ki polnijo termine zunaj sezone. Resort se programsko navezuje na jezero (dokler nima naravnega kopališča), pohodniške poti in kulinariko »iz gozda«. Energetska in vodna zasnova sledi načelu čim manjšega odtisa; odpadki so urejeni ločeno. Razvoj poteka fazno: najprej osnovni jedrni gostinski nastanitveni in prehrabni program, nato širitev kapacitet. Arhitektura je minimalistična, lesena, naravna in skrita v relief. Varovalke za mir v naravi so jasne (tišinske cone, svetlobna disciplina). Prodaja teče prek destinacijskega kanala, specializiranih OTA-jev in partnerskih klubov. Cilj je večdnevno bivanje, ne le »dnevni obisk trailov«.

#### **4. Upravljanje Hostla Bearlog**

Hostel ostaja ključna vstopna točka za mlade, športne in tranzitne goste. Nadgradijo se digitalna prodaja, recepcijski procesi in vidnost paketov (MTB + jezero/Kolpa + kulinarika). Vsebina, interjer in komunikacija se dodatno uskladijo z zgodbo gozda. Uvedejo se preprosta mikro doživetja (nočni sprehod, opazovanje zvezd, jutranja kava v gozdu). Poveže se z lokalnimi prireditvami in šolami/klubi za skupinske prihode izven sezone. Poveča se občutek varnosti in udobja (čistoča, tišina, skupni prostori). Jasno se opredelijo cilji zasedenosti po sezonah. Posebna ponudba za športne ekipe in delovne skupine. Hostel deluje kot izhodišče v razpršene naravne produkte. Namen je, da tudi nizkocenovni segment nosi identiteto destinacije.

#### **5. Obnova nepremičnin, primernih za nastanitev, v Kočevju in okoli Rudniškega (Kočevskega) jezera**

Naredi se register primernih objektov (hiše, skednji, manjši kompleks). Lastnikom se nudi svetovanje in po zmožnostih mikro finančna spodbuda za obnovo v turistični namen. Vpeljejo se oblikovalske smernice (les, naravni toni, minimalni vpliv), da nastane prepoznavna, a raznolika mreža. Rezervacije tečejo prek skupnega kanala z zgodbo »gozdnih koč«. Vsaka enota dobi lokalni »twist« (zelišča, med, rokodelstvo). Del ponudbe je prilagojen družinam in manjšim skupinam. Obstoječe vasi dobijo novo rabo z minimalnimi posegi. Ob jezeru se nastanitve dopolnjujejo s športno in rekreacijsko infrastrukturo. Fokus je na kakovosti in avtentičnosti, ne na masi. Cilj je aktivirati speče kapacitete in razpršiti obisk.

#### **6. Skupno trženje znamke Gozdne koč in aktivacija lovskih koč v ponudbo nastanitev**

Vzpostavi se mikro znamka Gozdne koč z enotnimi standardi in skupnim bookingom. Lovske koč se – kjer je smiselno in skladno s pravili – preoblikujejo v nočitvene enote z jasnim bontonom. Vsaka koč dobi interpretacijo gozda (sledi živali, zgodbe, gozdna etika). Ponudniki prejmejo usposabljanja (gostoljubje, varnost, tišina). Prodajni paketi vključujejo opazovanje divjih živali, sprehode, zeliščarske delavnice. Uvedejo se mirne/temne cone in omejitve prometa. Gozdne koč se povezujejo z lokalnimi vodniki in naravovarstvom. Komunikacija je skromna, topla, resnična. Namen je butična mreža izkušenj, ki dvigne povprečno porabo na gosta. Skupna prisotnost poveča zaupanje in vidnost na trgu.



## **7. Hotel 4\* in več v Kočevju**

Mestni hotel naslavlja poslovne goste, športne ekipe in prireditve ter dopolnjuje ponudbo v naravi. Predvideni so manjši kongresni prostori, wellness in restavracija z lokalnim navdihom. Hotel podpira prireditveni koledar in športne priprave, ne tekmuje z gozdnimi resorti in glampingom. Zasnova je energetska učinkovita, z razmislekom o zelenih certifikatih. Nabava preferira lokalne dobavitelje in kratke verige. Objekt se vključi v urbano regeneracijo (dostopnost, parkiranje, nočni mir). Operater mora obvladati tako poslovni kot pristočni segment. Prodaja poteka preko MICE kanalov, športnih zvez in destinacije. Cilj je polniti termine zunaj sezone in dvigniti kakovost ponudbe v mestu. Hotel je »most« med naravo in urbano logistiko.

## **8. Izgradnja gozdnega resorta s počitniškimi hiškami na območju Castle Festivala**

Gre za nizko okoljsko vplivno »vasičko« ob prireditvenem prostoru, ki živi vse leto. V času festivalov nudi udobno bazo, izven terminov pa gosti rezidence, delavnice in družine. Arhitektura je lahkotna, lesena, montažna in prilagodljiva. Program povezuje kulturo z naravo (tematski vikendi, umetnost v gozdu in ob reki). Uvedeni so protokoli za hrup, osvetlitev in promet v času prireditev. Prodaja poteka v paketih z vstopnicami, kulinariko in aktivnostmi. Lokacija podpira nov »ritem« obiskov skozi sezono. Posebno pozornost posvetimo parkiranju in peš dostopu. Vključeni so lokalni izvajalci in ustvarjalci (iz celotne destinacije).

## **9. Upravljanje kampa ob Rudniškem (Kočevskem) jezeru**

Kamp se nadgradi z urejenimi parcelami, senčnimi in mirnimi conami. Jasno se opredelijo ciljni segmenti (družine, aktivni, skupine) in paketna ponudba (voda + kolo + kulinarika). Nadaljuje se urejanje kopališča (če bo urejeno lastništvo zemljišč), najem opreme in ponudba preproste prehrane z lokalnim navdihom. Uvede se digitalna prodaja, dinamične cene in minimalno bivanje v vrhuncu sezone. Posebna skrb je namenjena odpadkom, vodi in obrežju. Z umirjeno osvetlitvijo in tišino spoštujemo naravo in goste. Kamp je izhodišče za raziskovanje širše destinacije. Vključijo se enostavne učne poti in opazovalne točke. Upravljaivec skrbi za redno komunikacijo z lokalno skupnostjo. Cilj je urejen, prijazen kamp, ki dviga ugled jezera.

## **10. Izgradnja gozdnega resorta – Kočevska Reka (ZGS objekt)**

Lokacija je občutljiva, zato je ukrep usmerjen v majhen obseg, stroge standarde in vrhunsko interpretacijo. Kot osrednja zgradba se izkoristi objekt Zavoda za gozdove. Del zgradbe je interpretacijski center, z restavracijo, nekaj nastanitvenimi enotami (sobe, apartmaji), v nadaljevanju s kopališčem, igrali, nadkritim piknik prostorom ... Zgradba je osrednja zgradba resorta. Ob zgradbi je mogoče razviti gozdni resort, kot je predviden z Razvojnim konceptom. Prednost imajo enote z zelo nizkim odtisom v lesu, sanitarna jedra in skupni prostori za opazovanje narave. Potrebno je tesno sodelovanje z upravljavci prostora in naravovarstvom. Vzpostavi se bonton za obiskovalce (tišina, gibanje po poteh, nočni mir). Vsebina temelji na opazovanju, uživanju v naravi in učenju, ne na adrenalinu. Komunikacija je iskrena: to je »tiha« izkušnja za majhno število gostov. Prodaja teče prek specializiranih kanalov in vodnikov. Cilj je pilotski primer odgovornega razvoja v jedru gozdne zgodbe.

**Za vsako skupino prioriternih ukrepov glede na operativne cilje smo naredili še nabor dopolnilnih ukrepov, ki** so bili s strani deležnikov sprejeti brez nasprotovanja; razumeli so jih kot praktične »ojačevalce« glavnih prioritet na področju nastanitve. Kratko povzemamo namen vsakega ukrepa in dodajamo komentar o pričakovanih učinkih ter pogojih za izvedbo.

**Servis za sobodajalce (skupno čiščenje, trženje in druge storitve).** Namen je zmanjšati operativne stroške in dvigniti standard storitev pri manjših ponudnikih z deljenimi, profesionaliziranimi procesi (čiščenje, perilo, recepcija na daljavo, skupne rezervacije). Deležniki vidijo v tem realen, hitro izvedljiv vzvod rasti kapacitet in kakovosti v razpršenem prostoru; ključno bo jasno določiti model (zavodska podpora, zunanji operater, zadruga) in cenik storitev.

**PIK Kostel kot večnamensko središče skupnosti in gostov.** PIK Kostel preoblikujemo v živo, večnamensko središče, ki zapolni manko osnovnih storitev in se hkrati vključi v turistično verigo vrednosti Kostela. V pritličju deluje prijazen gostinski lokal z info točko destinacije, manjša večnamenska dvorana za dogodke, delavnice in skupnostne programe ter kotiček za prodajo lokalnih izdelkov. V nadstropjih postopno odpremo preproste, a udobne nastanitve (sobe, manjši apartmaji) za kolesarje, pohodnike, ekipe in družine z možnostjo kratkih rezidenc za ustvarjalce. Objekt je zamišljen v obliki hostla. Ponudbo nadgradimo s paketiranjem doživetij (Kolpa, grad Kostel, zeliščni vrt, tematske poti) ter z jasnim poudarkom na lokalnih dobaviteljih in kratkih verigah. Zagon je fazen: najprej »pop-up« program in testno odpiranje pritličja, da preverimo povpraševanje in prilagodimo vsebine; nato prenova nastanitvenega dela in uvedba spremljevalnih storitev (npr. mini trgovinica, paketomat, morebitna poštna točka). Upravljanje zasnujemo kot partnerstvo (koncesija ali javno-zasebni model) z jasnimi cilji – zasedenost, prihodki, delež lokalnih dobav, število skupnostnih dogodkov – ter preglednim poročanjem. Tako PIK Kostel postane dnevna soba kraja, logistično vozlišče za obiskovalce in motor malega podjetništva – vidna, uporabna in trajnostna dodana vrednost destinaciji.

**Oblikovanje nastanitvenih obratov s pomočjo umetnikov.** Gre za butično diferenciacijo (unikatne hiške, interjerji, interpretacija gozda skozi oblikovanje). Ukrep dviguje dodano vrednost in komunikacijsko prepoznavnost, a zahteva dobro kurirano sodelovanje z lokalnimi ustvarjalci ter vzdržne stroške vzdrževanja posebnih elementov.

**Prevetritev spletnih strani za večjo vidnost nastanitve.** Cilj je izboljšati uporabniško pot (iskanje–izbor–rezervacija), strukturo vsebin in SEO. Deležniki podpirajo »en vhod« do razpršene ponudbe ob pogoju, da lastni kanali ostanejo kompatibilni in da se vpelje jasna politika fotografij, opisov in koledarjev razpoložljivosti.

**Prodaja nastanitve in produktov prek spletne strani Kočevsko.** Predlagana je centralna prodaja (meta- ali direktna), ki poveže ležišča z doživetji (paketi, add-ons). Deležniki ukrepu ne nasprotujejo, opozarjajo pa na tehnično izvedbo (sinhronizacija z OTA/Channel Managerji), transparentne provizije in podporo pri pridobivanju ponudnikov.

**Razvoj inovativnih produktov nastanitve (jame, čebelnjaki, bunker, mlini, na senu, hiške na vodi ...).** To je portfelj »signature« enot, ki utelešajo DNK destinacije.

Priložnost je v visoki medijski in tržni privlačnosti; omejitve so varstveni režimi, varnostni standardi in sezonskost. Priporočeni so faznost skozi pilotne enote in stroga merila trajnosti.

**Obnova in razvoj kočevarskih vasi.** Ukrep združuje varovanje dediščine z razpršenim hotelom in nastanitvami na kmetijah. Deležniki ga podpirajo kot dolgoročen steber butičnosti; zahteva lastniško-pravne dogovore, arhitekturne smernice, finančne spodbude in lokalno upravljanje.

**Odlok o kampiranju za obe občini.** Namen je urediti pravila (dovoljeno/prepovedano), vstopne točke, odlaganje odpadkov in nadzor nad divjim kampiranjem. Konsenz je, da brez jasnega reda ni mogoče varovati narave in hkrati dvigovati kakovosti; ključna bo usklajenost med občinama in učinkovito izvajanje (signalizacija, nadzor, sankcije). V sklopu urejanja nastanitvenega reda je poleg odloka o kampiranju smiselno pripraviti tudi **občinski odlok o časovnem (ne)omejevanju oddajanja zasebnih nastanitev v kratkoročni najem.** Odlok naj skladno z novim zakonskim okvirom jasno določi letni časovni okvir oddajanja, način dokazovanja dni, prehodna obdobja, nadzor in izvrševanje, pri čemer naj bo utemeljen na analizi vplivov na stanovanjski trg in turistično ponudbo. S tem se zaščiti dostopnost stanovanj, zmanjšajo pritiski na najbolj občutljiva območja ter usmeri razvoj v kakovostne, trajnostne nastanitve, ki so skladne z identiteto gozda in vode. Dokument naj bo usklajen z dvoletnim državnim ciklom odločanja in se po potrebi prilagaja; spremljajo ga transparentna komunikacija z lastniki, podpora pri registraciji ter digitalna orodja za spremljanje izvajanja. **Glede na pomanjkanje nastanitev v destinaciji predlagamo, da se kot časovni okvir določi maksimalna doba v skladu z zakonom o gostinstvu, in sicer 270 dni.**

**Dodatni predlogi deležnikov (atrakcije za družine, doživetje kmečkega življenja, gozdna glamping vas, hiške na drevesu, hotel za poslovni turizem, kočevarska vas, prenos iz javnega sektorja, razpršeni hotel).** Predlogi se zgoščajo v štiri smeri:

1. družinsko-doživljajska ponudba in »slow« bivanje v naravi (glamping, drevesne hiške),
2. valorizacija podeželja in kočevarske dediščine skozi razpršeni hotel in kmetije,
3. selektivna dopolnitev s hotelsko infrastrukturo za poslovne/športne segmente ter
4. večja vloga zasebnega sektorja pri operativnem upravljanju (»prenos iz javnega sektorja«, PPP).

Skupni imenovalec je želja po več butičnih ležiščih, jasni regulativi in profesionalnem upravljanju ob hkratni zaščiti naravnih in kulturnih vrednot.

**Skupna nit vseh ukrepov:** rast v naravi, butičnost, nizki okoljski vplivi, močna lokalna vpetost in celostno doživetje gozda. Pri uresničevanju bomo preverjali, ali dosegamo zastavljene cilje: več razpršenih kakovostnih nastanitev, daljše bivanje, bolj enakomerno sezono, več lokalne vrednosti in prepoznavnejšo gozdno identiteto.



## **IZBOLJŠANJE PREHRANSKE PONUDBE.**

Kulinarika je hitro prepoznavna pot do identitete Kočevskega: gozd, voda in lokalni ljudje. Cilj je dvigniti kakovost in razširiti dostopnost hrane, ki izhaja iz sezonskih, lokalnih sestavin (divjačina, gobe, med, jagodičevje, zelišča) ter jo povezati z doživetji v naravi. Poudarek je na kratkih dobavnih verigah, preprostih, a tehnično brezhibnih izvedbah, jasni zgodbi na krožniku in prijazni strežbi. Ponudbo gradimo večnivojsko: od restavracij do piknik košar, od festivalov do delavnic in izdelkov za dom. Vse, kar gost poje, naj podpira DNK destinacije, razprši obisk po prostoru in času ter vrača vrednost skupnosti.

### **1. Usposabljanja o gostoljubju, kakovostni strežbi in jeziki**

Vzpostavimo stalni akademiji za natakarje, kuharje, bariste in vodje lokalov. Program vključuje osnove gostoljubja, standarde strežbe, pariranja jedi in pijač, upravljanje pritožb ter zgodbarjenje o gozdu in lokalnih sestavinah. Jezikovni moduli (EN/DE/IT) so kratki, praktični in prilagojeni tipičnim situacijam. Del usposabljanj je na terenu (miseenplace v naravi, varno serviranje zunaj). Uvedemo »shadowing« in gostovanja med ponudniki za prenos dobrih praks. Certifikat udeležencem prinese vidnost na destinacijski spletni strani in priporočila pri dogodkih. Cilj je opazen skok v kakovosti postrežbe in enakomerna izkušnja gosta po celotni destinaciji.

### **2. Forest fest – gozdni kulinarični festival (divjačina, gobe, sadeži)**

Letni festival v terminih zunaj glavne sezone poveže lokalne kuharje, kmete, čebelarje in vinarje/pivovarje. Kurirana ponudba temelji na divjačini, gobah, medu, čemažu, zeliščih in jagodičevju, z jasnimi trajnostnimi pravili (zero waste, vračljive embalaže, ločevanje odpadkov). Program vključuje kuharske prikaze, delavnice za družine, tržnico izdelkov in večerne »chef's table« večerje na skritih lokacijah. Vzpostavijo se jasni standardi za razstavljalce in kakovostne porcije po sprejemljivih cenah. Komunikacija poudari mir, naravo in kulturo, ne množičnost. Festival postane magnet za medije in povod za obisk izven vrhunca sezone. Po dogodku ostanejo recepti in videi kot trajen promocijski material.

### **3. Kulinarična doživetja v naravi – pikniki in piknik košare**

Standardizirane košare (družinska, pohodniška, vegi, »otroška radovednost«) gost naroči vnaprej in prevzame pri TIC ali partnerju. Vsebina temelji na lokalnih izdelkih, jasnih alergenskih označbah in varnem rokovanju. Vsaka košara vključuje »zgodbo« o izvoru sestavin in predlog poti/razgledišč. Zimska različica ponuja tople juhe v termo posodi in sladek »gozdni« prigrizek. Logistika je preprosta: vračljive škatle in posebne točke za odlaganje. Prodaja poteka prek spletne strani destinacije in QR-kod na terenu. Namen je nežno razpršiti obiskovalce in dvigniti potrošnjo brez dodatnih posegov v prostor.

### **4. Tipski piknik prostori za destinacijo**

Na izbranih točkah nastanejo estetsko usklajene mize, klopi in zavetja, po možnosti nadkrite, z ločenimi koši in jasnim bontonom. Vsak prostor ima informativno tablo

(zgodba gozda, pravila, SOS) in QR-povezavo do naročila košar ali vodenj. Uredimo dostop za pešce in kolesarje, kjer je mogoče, tudi za invalide. Vzpostavimo sistem rezervacij za skupine in osnovno vzdrževanje z lokalnimi izvajalci. Osvetlitev je minimalna, brez hrupa in z omejenim parkiranjem. Ti kotički postanejo »kulisa« za trajnostno uživanje hrane v naravi skozi vse leto.

## **5. O, Kočevsko! – Okusi gozda za restavracije (tipične jedi, zajtrk)**

Gre za nadaljevanje uresničevanja znamke O, Kočevsko!. Nastane dodaten nabor tipičnih jedi (npr. divjačinska juha, jedi z gobami, zelišči, medom) ter »kočevski zajtrk« iz lokalnih sestavin. Ponudnikom ponudimo recepte, dobaviteljski imenik in predloge vin/piv. Jedilniki označijo lokalni izvor, sezonskost in zgodbe proizvajalcev. Spodbujamo vsaj eno stalno »gozdno« jed in tedenske sezonske posebnosti. Znamka O, Kočevsko! zagotavlja skupno promocijo, fotografije in nosilne slogane. Gost takoj razume, kaj je »okus Kočevskega«, ne glede na to, kje sedi.

## **6. Nadaljevanje urejanja prodaje izdelkov izdelovalcev, ki ne morejo prodajati direktno**

Nadaljujemo z zbirno točko in digitalni kanal za male proizvajalce brez lastne maloprodaje v sklopu znamke O, Kočevsko!. Če še ni določeno, kdo ima vlogo posrednika (npr. zavoda, TICi), se določi: konsignacija, skupno označevanje, skladnost z zakonodajo. Naredimo preproste destinacijske pakete (med + čaj + piškoti; zelišča + sol; gozdna sladica za domov). Vključimo možnost pošiljanja po pošti in prodajo na prireditvah. Cilj je, da gost zlahka odnese del Kočevskega domov in da vrednost ostane lokalno. Ponudnike sproti mentoriramo pri pakiranju, cenah in zgodbi.

## **7. Destinacijska specialiteta (angl. signature dish & drink)**

Skupaj s chefi, kmeti in prebivalci sooblikujemo prepoznavni jed in pijačo destinacije. Merila: lokalne sestavine, jasna zgodba, ponovljivost, fotogeničnost in primernost za različne cenovne ravni. Enotno definiran recept ima tudi »bistro« in »fine dining« različico, pijača pa lahko živi kot brezalkoholna in alkoholna. Vpeljemo dan/mesec signature ponudbe in zbiramo žige na poti »poskusi vse«. To je močno orodje za PR, darila in delavnice. Namen je simbol, ki gostu ostane v spominu in poveča prepoznavnost Kočevskega. Za začetek predlagamo, da sta ti destinacijski specialiteti medica in medenjaki, narejena iz kočevskega gozdnega medu.

## **8. Kuharske delavnice in tečaji za turiste**

Mikro delavnice za turiste (23 ure) združijo spoznavanje sestavin, preproste tehnike in degustacijo. Tematsko sledijo sezoni: gobe, med in zelišča, »divji zajtrk«, zimske jedi v kotličku. Del poteka zunaj, z varnim ravnanjem in spoštovanjem prostora. Udeleženci dobijo recepte, seznam dobaviteljev in majhen spominek. Delavnice vodijo lokalni chefi, kmetice, čebelarji in zeliščarji. To je izkušnjska dodana vrednost, ki polni termine zunaj sezone in gradi ambasadorje destinacije. Idealna za pozne popoldanske termine, ko je obisk restavracij manjši, ali kot aktivnost za deževni dan.

## 9. Značilne jedi in pijače Kostela

Skupaj s kostelskimi ponudniki pripravimo verodostojne različice značilnih jedi (npr. kostelski želodec, jedi iz bezga, zrnje) in pijač (npr. rakija). Standardiziramo recepte, porcije in predstavitev, a ohranimo lokalne posebnosti. Pristopimo k certifikaciji teh jedi in pijač (geografsko poreklo ...). V ponudbo vključimo degustacijske deske in manjše »tapas« oblike za pohodnike in kolesarje. Označimo kraje, kjer te jedi gost lahko poskusi, in povežemo z zgodbami o grajskem in obrežnem življenju. Poudarek je na avtentičnosti, ne na folklorni karikaturi. Namen je, da Kostel zasije s svojo mikro identiteto znotraj krovne znamke.

## 10. Kostelsko šišilo – ocenjevanje suhomesnatih izdelkov

Dogodek posodobimo v butični kulinarični vikend z jasnimi kakovostnimi kriteriji, izobraževalnimi vsebinami in odgovorno rabo surovin. Poleg ocenjevanja uvedemo vodene degustacije, delavnice o sušenju in začimbah ter »pairing« z vini/pivi. Za obiskovalce pripravimo komplete pokušin in mini tržnico. Časovno ga umestimo v termine zunaj sezone in ga povežemo z doživetji ob Kolpi. Komunikacija poudari tradicijo in znanje ter spoštovanje do narave in živali. Namen je dvig ugleda in privlačnosti, ne rast množičnosti.

V nadaljevanju prikazujemo **dopolnilne ukrepe za prehrano, ki so** strnjeno opisani, na koncu je še skupna interpretacija rezultatov in usmeritev.

**Skupni projekti, druženja in gostovanja ponudnikov** – redni »pop-up« sodelovalni meniji, izmenjave kuhinj in skupne akcije, ki dvigujejo standard, prepoznavnost in mreženje.

**Razvoj prehranske gostinske ponudbe na območju Kočevske Reke in Kočevskega Roga** – vzpostavitev stalnih točk hrane ob ključnih izhodiščih za naravne atrakcije; ponudba naj bo enostavna, sezonska, »outdoor-friendly«.

**Razvoj inovativnih produktov s chefi** – soustvarjanje podpisnih jedi/pijač, degustacij v naravi in kratkih rezidenc vrhunskih chefov za dvig kakovosti in zgodbe.

**Krepitev sodelovanja med gostinskimi ponudniki** – skupno nabavljanje, izmenjava kadrov v sezoni, delitev znanj, skupni standardi in koledar akcij.

**Izboljšanje gostinske ponudbe ob prireditvenem prostoru Fara** – modularna, hitro postavljljiva kakovostna ponudba (angl. *food court*) za dogodke ob Kolpi.

**Delavnice za prenos znanja – stare jedi in izdelki** – ohranjanje in posodobitev receptur (npr. kostelske posebnosti), prenos v redno ponudbo.

**Delavnice prepoznavanja užitnih rastlin in uporabe (čemaž, gobe, zelišča ...) – »nabiralništvo + kuhanje«** (gozdna kuhinja) programi kot izkustvena dodana vrednost in vir za sezonske jedilnike.



**Doživetje prehrane pri »mami Neži«** – butično domačno doživetje »pri gospe doma« ali pa lokalna prebivalka pride na lokacijo, kjer bivajo gosti in jim pripravi tipičen obrok; kratka, pristna izkušnja z dediščino in lokalnimi sestavinami.

**Gozdni Wolt** – digitalno naročanje in dostava/prevzem piknik košar ali (toplih) jedi na označenih točkah; logistika in varnost sta ključni.

**Razvoj lokalnih dobavnih verig** – povezava kmetov, nabiralcev in gostincev; dogovorjene količine, sezonski koledar, sledljivost.

**Organizirano nabiranje in priprava gozdnih sadežev** – licencirani vodniki, dogovorjena območja in kvote; vsebinski program z zaključnim obrokom.

**Michelin globoko v gozdu** – enkratni ali serijski »fine-dining« pop-up v ikonografiji gozda; močan PR, visoke zahteve za izvedbo.

**Šnops festival** – festival lokalnih žganic in likerjev (medica, zeliščni destilati) z jasnimi pravili odgovornega strežbe in prodaje.

**Dodatni odgovori deležnikov (strnjeno v usmeritve)** – poudarek na divjačini in čemažu, dvigu kakovosti in unikatnosti, več izobraževanj, »kar nabereš, skuhaš«, privabljanje uveljavljenih chefov, sezonskost, specializirane restavracije (vključno z vegansko ponudbo) ter lokali z jasno zgodbo.

Deležniki dodatnim ukrepom niso nasprotovali; vidijo jih kot komplementaren nabor potez, ki skupaj gradijo prepoznavno, sezonsko in naravi prilagojeno kulinariko. Največ entuziasma je bilo pri sodelovalnih formatih (skupni projekti, gostovanja), lokalnih verigah in festivalu, ki hitro ustvarijo vidnost in povezujejo skupnost. Kot smiselne »hitre zmage« izstopajo delavnice (nabiralništvo, stare jedi) in izboljšave ob Fari, saj neposredno opremijo teren za dogodke. V segmentu premium doživetij sta »Michelin v gozdu« in »chef-rezidence razumljena kot močni magneti, a s pogojem stroge kurature, logistike, nosilnosti prostora in verodostojne »gozdne« identitete. »Gozdni Wolt« je dojet kot igriva digitalna nadgradnja piknik ponudbe; ključna bo jasna ureditev prevzemnih točk, dovoljenj in odpadkov. Široko je bilo poudarjeno: več sezonskosti, več specializacije (npr. divjačina, vegansko), več zgodbe in višji standard storitve.

**Skupna nit ukrepov:** več lokalnih sestavin in kratkih verig, jasna zgodba na krožniku, več doživetij v naravi ter opazen preskok v kakovosti strežbe. Tako kulinarika postane enakovreden nosilec gozdne identitete in razlog za daljše bivanje.

## **IZBOLJŠANJE PONUDBE ATRAKCIJ.**

Atraksije so oder, na katerem se razkrije DNK Kočevskega: gozd, voda in dediščina. Prioritetni nabor stavi na nadgradnjo MTB infrastrukture, interpretacijo gozda, razgiban koledar prireditev in dogodkov ter oživitev ključnih točk dediščine (grad Kostel, Fridrihštajn, Bunker Škrilj ...). Cilj je dvigniti kakovost doživetja, razpršiti obisk skozi vse leto in varovati naravne vrednote z minimalnim posegom v prostoru. Vsaka investicija je zasnovana tako, da krepi lokalne ponudnike, podpira trajnostno mobilnost in jasneje usmerja obiskovalce.

### **1. Nadaljnji razvoj MTB (žičnica, proge, prireditveni prostor, nastanitev, kopališče, adrenalinski park ...)**

Razvoj MTB je opisan že v več točkah. Tu dodajamo del, ki se nanaša na njegov osnovni produkt. Kočevsko se utrdi kot vodilna kolesarska destinacija: razširi se mreža prog za različne težavnosti (družinske, enduro, flow), uvede urejena žičnica namesto shuttla in zgradi varen skills-park. Ob Trail centru nastane prireditveni plato s servisom, izposajo, pranjem koles in garderobami, kar olajša izvedbo tekmovanj in festivalov. Program dopolnijo lahke adrenalinske vsebine ter povezave do kopališča (bazena) in nastanitev. Označevanje, varovanje in sanacija prog so sistemski; monitoring obiska in smernice vožnje zmanjšajo vplive na naravo. Povezava z izobraževanji (vodniki, mehaniki) in lokalnimi gostinci dvigne celotno verigo vrednosti. Rezultat je daljša sezona, več povratnih obiskov in večja potrošnja v destinaciji.

### **2. Ureditev interpretacijskega centra za obisk gozdov**

Nastane izhodiščna točka za varno in poglobljeno doživetje gozda: infotočka, razstava o pragozdovih in velikih zvereh, pravila obnašanja, orientacija po poteh ter možnost rezervacij vodenj. Center povezuje znanost in prakso (programi z raziskovalci, gozdarji, naravovarstvom), vključuje učilnico za šole in navodila za obisk Krokarja. Digitalna plast (AR, zemljevidi, QR) pomaga razpršiti obisk in ga voditi po nosilnih poteh. Arhitektura in materiali so nizko ogljični in skladni z okoljem. Center postane živo stičišče partnerstev in kakovostnega upravljanja narave. Predlagamo lokacijo objekta Zavoda za gozdove v Kočevski Reki.

### **3. Festivali in prireditve, ki generirajo turistični promet**

Uredimo kuriran letni koledar športnih, kulturnih in kulinaričnih prireditev in dogodkov, razporejenih zunaj poletne sezone v ramenskih mesecih (od marca – maja in od septembra – novembra) in po mikro lokacijah. Vsak dogodek ima trajnostni protokol (odpadki, logistika, lokalni dobavitelji) in jasen tematski podpis gozda ali vode. Vzpostavimo skupne produkcijske standarde, prodajo paketov (nastanitev + dogodek + doživetje) ter sistem nagrajevanja povratnih obiskovalcev. Prireditve postanejo »vstopna točka« za prvi obisk in povod za ponovni prihod tudi v manj obiskanih mesecih. Povežemo se z organizatorji tovrstnih prireditev.

#### **4. Grad Kostel**

Grad in okolica dobita jasen tok obiska (vstopna točka, interpretacija, vodeni ogledi), okrepi se kulturni program (razstave, koncerti, »noči na gradu«) ter povezave z lokalno kulinariko. Vsebine nadgradimo z igrifikacijo (družinske poti, tematske ture) in preudarnimi digitalnimi elementi. Posebni dogodki (poroke, rezidence umetnikov) dvigujejo prihodke, a ostajajo v merilu prostora. Grad Kostel je sidrišče za pripoved o Kolpi, obrambi, trgovini in obmejnem življenju ter del širšega »krožnega« obiska (grad-trg-reka-vasi).

#### **5. Razvoj LYNX centra**

Center LYNX se še naprej razvija v specializiran center z varnim, nadzorovanim vadbiščem za streljanje, programi za preživetje v naravi ter manjšimi nastanitvenimi enotami (kabine, brlogi, kamp hiške) za intenzivne trening kampe. Jedro ponudbe so nišni programi z licenciranimi inštruktorji: orientacija in navigacija, bushcraft, vrvne tehnike, taktična pripravljenost ter preživetveni moduli za posameznike, ekipe in teambuildinge. Vsi programi sledijo strogim varnostnim protokolom in jasno določenim urnikom z omejenimi skupinami, zvočno zaščito ter spoštovanjem naravnega okolja. Center deluje prek vsega leta z različicami programov po sezonah (nočna orientacija, zimsko preživetje, vadba vzdržljivosti) ter omogoča stopnjevanje znanja in pridobitev potrdil o usposobljenosti. Nastanitve so zasnovane preprosto, udobno in trajnostno (les, nizkoogljicne rešitve) ter podpirajo poglobljeno doživetje. Prodajni fokus je na nišni publiki z visoko dodano vrednostjo (outdoor navdušenci, športne ekipe, varnostne službe, podjetniški timi) s paketiranjem obstoječih produktov in razvojem novih. LYNX tako ostaja magnet za posebna doživetja Kočevskega – z jasno identiteto, vrhunsko operativno in odgovornim odnosom do prostora.

#### **6. Športno-rekreacijski center Kočevsko jezero**

Ob jezeru se zaokroži aktiven park: označene peš in kolesarske poti, urejeno kopališče z nadzorom, čolnarna/izposoja ter diskretna infrastruktura (garderobe, sanitarije, stojala za kolesa). Uredijo se točke za mirno opazovanje in učenje o vodi, brez hrupnih motoriziranih aktivnosti. Zimski del prinese sprehajalne programe in svetlobno-varčne večerne sprehode. Povezave z mestom, MTB, piknik prostori in kulinariko ustvarijo celodnevno doživetje.

#### **7. Grad Fridrihštajn**

Ruševine se zavarujejo, poti in razgledne točke pa uredijo za varno izkušnjo. Interpretacija prinese zgodbo Friderika in Veronike ter življenje v gozdu. Manjši kulturni dogodki (branja, komorni koncerti) so specifični in občasni, da se ohrani mir prostora. Skupaj z mestom, MTB in jezerom grad sooblikuje krožno, peš in kolesarsko dosegljivo izkušnjo.

#### **8. Ureditev infrastrukture za obisk pragozdov in UNESCO pragozd Krokar (okolice)**

Vstopne točke, označevanje, interpretacijski centri in točke, usmerjanje in minimalne ureditve poti ščitijo najobčutljivejša območja. Vpeljejo se kvote ali vodeni ogledi, če



je to potrebno; komunikacija obiskovalcem je jasna in spoštljiva. Skupaj z gozdarji in naravovarstvom se stalno spremlja vpliv obiska in po potrebi prilagaja režim dostopa. Cilj je, da obisk pragozda ostane privilegij majhnih skupin in vrhunsko interpretirano doživetje.

## 9. Ureditev plaž ob Kolpi

Na izbranih mestih uredimo mirne plaže, sanitarije in koše ter uvedemo pravila proti divjemu kampiranju in vožnji ob vodi. Operaterji vodnih športov delujejo po skupnem pravilniku. Rečno okolje zaščitimo z nadzorom prometa; ponudbo dopolnijo senčne niše in enostavna gostinska ponudba z lokalno hrano. Plaže postanejo urejeni, varni in čisti mikro prostori za družine in aktivne goste.

## 10. Bunker Škrilj

Doživetje hladne vojne nadgradimo z rednim urnikom ogledov in tematskimi večeri (svetloba, zvok, zgodbe). Program povežemo z bližnjimi točkami (pohod, kulinarčni prigrizki »po vojaško«), a ostanemo spoštljivi do zgodovine. Varnost, konservatorska skrb in omejene skupine so standard. Bunker deluje kot posebna nišna atrakcija, ki razširi motiv obiska tudi v deževnih dneh in zunaj sezone.

**Spodnji »dopolnilni« paket ukrepov za izboljšanje atrakcij** deležniki podpirajo – izrecnih nasprotovanj ni bilo – zato ga beremo kot mandat za fazno pilotiranje, pri čemer pazimo na nosilne zmogljivosti, naravovarstvene pogoje in ujemanje z DNK destinacije (gozd/voda). V nadaljevanju je kratka interpretacija po sklopih, z namigi za faznost:

- **Mobilnost in razpršitev obiskov**

Nakup e-koles in koles, označevanje poti (okoli jezera, gozdnokolesarske), mestne pohodne poti ter ideja lokalnega prevoza proti jugu občine so »hitri vzvodi«: zmanjšujejo avtomobilski pritisk, podaljšajo zadrževanje ter odprejo manj obremenjene mikro lokacije. Ključno je vzdrževanje (servis, polnilnice), digitalna orientacija (zemljevid/app) in jasna pravila vožnje po gozdu. Zaradi značilne razpršenosti ponudbe in predvsem velikosti destinacije ter nezmožnosti zagotavljanja javnih prevozov in taksijev (ni ekonomsko upravičeno) se kaže velika potreba po ponudbi najema vozil vseh vrst.

- **Voda kot nosilni motiv**

Ureditev ogleda potokov in slapov ter naravna kopališča – bazeni (Kostel, Kočevska Reka) – lepijo vodno zgodbo na celotno destinacijo. Mikro ureditve (stopnice, varna dostopna mesta, sanitarije) so hitro izvedljive; naravni bazeni so investicijsko in zahtevni s stališča pridobivanja dovoljenj (presoje vplivov, upravljanje kakovosti vode, reševalna služba). Prednost naj imajo rešitve z nizkim posegom in jasnim režimom rabe.

- **Gozdne vsebine z visoko občutljivostjo**

Programi v okviru Natura 2000, gozdni rezervat Krajc-Bukovje, park energijskih točk in terapevtske poti ter razgledni stolp na Rogu zahtevajo natančno usklajevanje (ZGS, naravovarstveni sogovorniki) in model vodenih, časovno doziranih obiskov.

Razgledni stolp in ideja gozdne železnice sta infrastrukturno težja – smiselna je enostavna interpretacija (razgledišča/ploščadi, didaktični elementi) pred večjimi trajnimi posegi.

- **Grajski vrtovi**

Zeliščni vrt pod Gradom Kostel je vsebinsko natančen, stroškovno zmeren in močno skladen s kulinariko ter interpretacijo (delavnice, vodeni ogledi, festivalska raba). Zeliščni vrt lahko služi kot piknik prostor za »piknik cajno«, ki jo obiskovalci lahko kupijo na gradu. Vzdrževanje naj bo partnersko (društva, šole, ponudniki).

- **Kulturna dediščina Kolpske doline**

Krepitev kulturne dediščine ob Kolpi s poudarkom na revitalizaciji starih mlinov, žag in jezov, ki so nekoč poganjali življenje v kolpski dolini. Obnovljeni objekti služijo kot izobraževalne točke za mlajše generacije, saj prikazujejo življenje v preteklosti ob Kolpi. Posebno doživetje odkrivanja Kolpe lahko predstavlja vožnja s kostelskim »čunom«.

- **Družinski in adrenalinski segment**

Zipline, adrenalinski/doživljajski parki, plezališče, tematske poti za otroke, zorbing, žičnica na Fridrihtajm ter fototočke prinašajo »instagramabilnost« in dodajanje energije ponudbi. Prednost naj imajo aktivnosti z manjšim posegom v okolje, modularne postavitve ob že vzpostavljenih rekreacijskih središčih (MTB center, območje jezera). Večji sistemi (žičnica) so dolgoročni in odvisni od varstvenih režimov ter sprejemljivosti skupnosti.

### **Kaj to pomeni za faznost?**

- Hitri koraki: e-kolesa + servis/charging, označbe (jezero/gozdne kolesarske), foto točke, tematske otroške poti, mikro ureditve pri potokih/slapovih, zeliščni vrt pri gradu Kostel.
- Pilotni programi: vodene ture Natura 2000, gozdne terapevtske poti, manjša plezališča/razgledišča, »Zeleno okno« kot razgledna točka na grad Kostel, sezonske vodne točke z minimalno infrastrukturo.
- Kapitalsko zahtevno (za pripravo študij in partnerstev): naravni bazeni, razgledni stolp Rog, razgledni stolp in zipline Stružnica, zipline, gozdna »železnica«/žičnica (če je to sploh smiselno).

Dopolnilni ukrepi logično zapolnijo vrzeli med prioritetami: olajšajo dostop in orientacijo, krepijo vodna in gozdna doživetja ter dodajo družinski/adrenalinski sloj. Tu bo prišlo v poštev filtriranje po merilih: vpliv na DNK (gozd/voda), naravovarstvena skladnost, razmerje učinek/investicija, prispevek k celoletnosti in razpršitvi ter jasna možnost upravljanja. Tam, kjer so posegi večji, bodo najprej izvedeni vsebinski piloti in upravljavski modeli, šele nato infrastruktura. Deležniki podpirajo smer, zato je čas za preizkuse v malem ob hkratni skrbni zaščiti prostora.

**Skupna slika:** paket prioritet uravnoteži športno-rekreativno jedro (MTB, jezero, Kolpa) z vrhunskim varstvom in interpretacijo narave (center gozda, Krokar, LYNX) ter prepričljivo dediščino (gradova, bunker). Vse investicije so funkcionalne in povezane v krožne poti, zato dvigujejo kakovost izkušnje, razpršijo obisk in zmanjšujejo pritiske na najbolj občutljive točke.

## **IZBOLJŠANJE PONUDBE AKTIVNOSTI.**

Aktivnosti so »motor doživetij« Kočevskega: povezujejo gozd, vodo in dediščino v celote, ki zadržijo gosta dlje, ga razpršijo po prostoru in dvignejo potrošnjo. Validacija je dala jasen signal: poleti dominirajo vodne vsebine, skozi vse leto pa izstopajo opazovanje divjih živali, kolesarjenje/MTB ter butični outdoor programi (preživetje, selfness). Spodaj so opisani prioritetni ukrepi, zasnovani za hitro operativno izvedbo (piloti, paketiranje, partnerstva) in fazni razvoj večjih nosilcev ponudbe. Ključno ostaja: varnost in nosilna zmogljivost, majhne skupine, povezava z nastanitvami in kulinariko ter močna interpretacija prostora.

### **1. Razvoj športno-rekreacijskih aktivnosti ob vodi (Rudniško (Kočevsko) jezero, Kolpa)**

Uredimo jasen režim rabe: vstopno-izstopne točke, mirne cone za naravo, signalizacijo na vodi in bregovih, pravila varne plovbe ter reševalno službo v sezoni. Vzpostavimo izposajo in servis (SUP, kanu, kajak, čolni), osnovna usposabljanja, vodene izlete in preproste »voda + piknik« pakete. Minimalni posegi: plavajoči pomoli, prostori za shranjevanje opreme, senčenje in sušilne točke, vse z nizkim okoljskim odtisom. Prodajni fokus so poletni najbolj prodajani programi, ki jih vežemo na glamping/kampe in družinske pakete. Za Kolpo uredimo standarde za plaže, varne vhode v vodo ter upravljanje prometa ob reki (vstopno-izstopna mesta na Kolpi). Digitalna rezervacija terminov in omejitve skupin pomagajo upravljati nosilno zmogljivost. Zunaj sezone je poudarek na vodnih pticah, obrežnih poteh, ribolovu in interpretaciji hidroloških posebnosti.

### **2. Opazovanje divjih živali in obiski gozdov/pragozdov**

Nadaljujemo s komuniciranjem standardiziranih etičnih protokolov (majhne skupine, tišina, brez krmljenja), oblikovanjem vstopnih točk in rezervacijskim sistemom z jasnimi pričakovanji. Programi po sezonah (spomladansko opazovanje sledi, poletni večeri, jesenski ruk, zimsko sledenje) ter različne težavnostne stopnje. Usposobljeni vodniki, diskretne opazovalnice in pravila za »obisk brez sledi« so temelj varnosti in dobrega doživetja. Še naprej vključujemo doživljajske elemente (sledi, foto pasti, interpretacija) ter povezavo z lokalno skupnostjo (delež prihodkov). Paketiramo z butičnimi nočitvami, gozdni zajtrki in tematskimi delavnicami (fotografija, etologija). Z vzorčnim monitoringom merimo vpliv na mirne cone in po potrebi prilagajamo režim. Produkt ostaja vrhunski diferenciator destinacije.

**Programi v povezavi z gozdovi in pragozdovi** temeljijo na majhnih skupinah, vodenju usposobljenih vodnikov ter jasnih pravilih »brez sledi«. Obisk pragozda Krokar poteka po vnaprej določenih vstopnih točkah, z obveznim uvodnim »briefingom«, etičnimi protokoli in diskretnimi opazovalnicami. Vključuje elemente »citizen science« (sledenje, foto pasti, interpretacija), kar povečuje razumevanje naravnih procesov in odgovorno vedenje obiskovalcev. Na Rogu izvajamo soroden, sezonsko prilagojen program, ki poudarja tišino starodavnih bukovih/jelovih gozdov, zimsko branje sledi in nočna opazovanja pod temnim nebom. Oba programa delujeta na podlagi rezervacij, omejenih kapacitet in monitoringa nosilnosti v partnerstvu z gozdarji in naravovarstvom. Povezujemo ju z lokalno kulinariko in izobraževalnimi vsebinami za šole, s čimer dosegamo razpršitev obiska skozi leto, višjo dodano vrednost ter krepitev spoštljivega odnosa do prostora.



### **3. Kolesarjenje in MTB center (povezane poti in center za kolesarje)**

Nadgradimo mrežo poti (družinske, flow, enduro), njihovo označenost, varnostne standarde in sprotno informiranje o stanju prog. Ohranjamo in širimo ekipo za redno vzdrževanje, ekološko drenažo in obnovo. V centru za kolesarje zagotovimo izposojlo (tudi e-koles), servis, prhe, pranje opreme, varne kolesarnice in kolesarjem prijazne nastanitve. Povežemo MTB vsebine z jezerom (plaža, zona za sprostitev), dokler na lokaciji centra ni urejeno naravno kopališče, ter s prireditvami in dogodki (festivali, tekme) z zero waste standardi. Uvedemo digitalni zemljevid poti, dnevne vozovnice in program prostovoljstva. Posebno pozornost namenimo začetnikom in družinam (učne linije, tečaji). Partnerstva s klubi in šolami zagotovijo celoletno rabo.

### **4. Preživetje v naravi**

Razvijemo modularne programe (pol dneva, 1 dan, 2 dni) za različne skupine: družine »lite«, teambuilding, entuziasti. Vsebine: orientacija, bivaki, ogenj in voda, vozli, osnovne vrvne tehnike, prva pomoč na terenu, etika bivanja v naravi. Varnost na prvem mestu: licencirani inštruktorji, preverjena oprema, protokoli in zavarovanja. Povežemo z nastanitvami (brlogi, kabine) ter gostinci z lokalnimi sestavinami. Programe peljemo celoletno, sezonsko prilagojene (zimsko preživetje, nočna navigacija). Vpeljemo certifikate udeležbe (stopnjevanje znanja) in popuste za povratnike. Prodajni fokus je visoka dodana vrednost in omejene skupine.

### **5. Priprave športnikov (infrastruktura in storitve za ekipe)**

Zemljevid in koledar razpoložljive športne infrastrukture povežemo v enoten ponudbeni paket (dvorane, igrišča, tekaške in kolesarske trase, jezero). Pripravimo paket za ekipe, v katerega spadajo nastanitve s tišino, posebni obroki, regeneracija (masaže, savne), prostor za video analize in pranje opreme. Dogovorimo logistiko: prevoze, varne shrambe, prilagojene urnike in kontaktno točko 24/7. Cilj so priprave izven vrhunca sezone (pomlad/jesen, zima) z jasnimi ceniki in popusti za daljše bivanje. Vključimo lokalne klube in trenerje za sparinge ter souporabo objektov. Razvijemo identiteto »Kočevsko – training in the wild« za ekipe, ki cenijo fokus in naravno okolje. Merimo zadovoljstvo ekip in prilagajamo ponudbo.

### **6. Grad Kostel in grad Fridrihštajn (dediščinski produkti in interpretacija)**

Oživimo zgodbe z vodenji, dramatizacijami, nočnimi ogledi, tematskimi vikendi in mikro odri za glasbo/gledališče. Uredimo interpretacijo (multimedija, legende, mitologija, arheologija) in preprosto digitalno rezervacijo terminov. Povežemo z lokalno kulinariko (degustacije, »taverna pod grajskim zidom«) in rokodelci. Uredimo dostop, parkiranje, usmerjevalno signalizacijo ter mikro infrastrukturo (sanitarije, senca). Gradimo koledar prireditev skozi vse leto – manjši, pogostejši dogodki namesto enega velikega. Paketiramo z aktivnostmi (pohod do Fridrihštajna, Kolpa & grad, nočni pohod z baklami). Pri razvoju spoštujemo konservatorske smernice in mirne cone.

### **7. Gozdni selfness (wellness, duhovna izkušnja, gozdna kopel)**

Postavimo jasne protokole: majhne skupine, tišina, brez telefonov, certificirani vodniki, točke umika in varnosti. Vsebine: gozdna kopel, dihalne tehnike, meditacija v gibanju, zvočne kopeli, zeliščni obredi. Uvedemo pilotne »retreate« (vikend, 35 dni) z gozdnimi nastanitvami in prehrano v ritmu sezone. Povežemo z lokalnimi terapevti

in športnimi pedagogi ter zagotovimo lahkotno, a strokovno interpretacijo gozda. Prodajni fokus: nišna publika, podjetniški timi, skrb za mentalno zdravje. Razvijamo tudi »lite« verzije za družine in začetnike. Vse poteka z minimalnim odtisom in jasnimi pravili miru (gozdni bonton).

## **8. Športne prireditve (tekmovanja, maratoni, festivali)**

Pripravimo standardiziran operativni priročnik: dovoljenja, trase, varnost, zdravstveno zavarovanje, ravnanje z odpadki, prometni režim, prostovoljci, osveščanje udeležencev. Datume umestimo izven vrhunca poletja in jih razporedimo po občinah za razpršitev. Nadaljujemo z izvajanjem standardov za zelene prireditve (brez plastike, lokalna hrana, javni prevoz). S partnerji zgradimo prepoznavne nosilce (trail, MTB, veslanje) s programi za otroke in rekreativce. Cilj ni le enkratni obisk, temveč vračanje: popusti na ponovne prijave, klubske ponudbe, paketi z nočitvami. Merimo vplive (število nočitev, promet v gostinstvu) in optimiziramo. Po prireditvah poti ostanejo označene kot trajna rekreativna infrastruktura. Spodbujajo se prireditve in povezovanje z deležniki iz Hrvaške.

## **9. Nabiranje gozdnih sadežev in zelišč (delavnice, interpretativne poti)**

Vzpostavimo sezonski koledar doživetij (čemaž, gozdne jagode, maline, gobe, zelišča) z jasnimi pravili nabiranja in omejitvami. Delavnice vodijo lokalni zeliščarji/gobarji; zaključek je »cook & taste« ali piknik v naravi. Uredimo kratke interpretativne poti z didaktičnimi tablami in varnimi postajami. Povežemo z lokalnimi izdelki (čaji, namazi, sirupi) in prodajo pri ponudnikih. Programi so mikro, z nizkim vplivom na okolje, primerni za družine in šole. Uvedemo enostavno spletno rezervacijo in majhne skupine. Sprotno prilagajamo lokacije glede na naravovarstveni režim in letino.

## **10. Bunker Škrilj, Šeškov dom (dediščinski produkti in interpretacija)**

Naredimo nadgradnjo zgodbe: hladna vojna, skrivnost, življenje pod zemljo – z multimedijo, zvokom, svetlobo in vodniki. Nadaljujemo s protokolom vnaprejšnje rezervacije po časovnih pasovih, manjše skupine in jasne varnostne protokole. Paketiramo z drugimi točkami (Kočevska Reka, gradovi, gozdne poti) in kulinaričnimi elementi (vojaška poljska kuhinja kot interpretacija). Uredimo dostop, parkirišča, signalizacijo in minimalno infrastrukturo. Razvijemo tematske dneve (zgodovinski večeri, pričevanja, filmski program) in izobraževalne vsebine za šole. Vsebina ostaja spoštljiva, informativna in brez senzacionalizma.

### **Kaj to pomeni za izvedbo?**

Hitri piloti (voda, opazovanje, MTB, preživetje) gredo v promet že v prvi sezoni z jasnimi protokoli in paketiranjem. Dediščinski nosilci (gradovi, bunker) in interpretacijske točke zahtevajo fazno nadgradnjo vsebin in infrastrukture. Vse aktivnosti vežemo na trajnost, varnost, majhne skupine in povezavo z nastanitvami ter kulinariko. Operativno koordinacijo, skupne standarde in komunikacijo navzven vodi destinacija; izvedbo nosijo specializirani partnerji na terenu.

Spodnji **dopolnilni ukrepi za aktivnosti** dopolnjujejo jedro ponudbe (voda/gozd) in odpirajo niše za razpršitev obiskov skozi leto. Deležniki jim načeloma ne nasprotujejo; ključno je, da jih razvijamo etično, z majhnimi skupinami, jasnimi varnostnimi/prostorskimi protokoli in v povezavi z nastanitvami ter kulinariko.

**Čebelarski turizem** – hitri pilotni programi (ogledi čebelnjakov, degustacije, delavnice) so naravna povezava do O, Kočevsko!; odlični za družine ter pomlad in poletje. Potrebni so standardi varnosti (alergije, zaščitna oprema) in paketiranje z nastanitvami (»api doživetja«).

**Lovski turizem** – občutljiva tema. Fokus priporočamo na interpretacijo tradicije, sledenje z vodniki, kulinariko divjačine in upravljanje habitatov, ne na trofejni vidik. Vse v strogi skladnosti z zakonodajo in sodelovanju z lovskimi družinami; jasno ločiti od produktov opazovanja prostoživečih živali.

**Temačni turizem (bunkerji, vojaška dediščina, zapuščene kočevarske vasi)** – visoka vsebinska vrednost, a nujna spoštljiva interpretacija, varnost lokacij in vključevanje skupnosti. Vodení ogledi, zgodbarstvo in manjši formati so primerni za celoletno sezonalizacijo.

**Programi kulturne dediščine** (Kočevarske vasi, cerkev Sv. Jerneja, Karlov most, Bunker Škrilj, rojstna vas Petra Kozlerja, muzejske zbirke Pokrajinskega muzeja Kočevje, Šeškov dom, Park manevrske strukture, kot spomin državotvornosti Slovenije, ruševine gradu Fridrihštajn, Kozlerjeva pot, Pot Staneta Jarma) so še nedodelani, nerazviti programi, predstavljajo pa možnosti za podaljšanje bivanja, dodatne izlete.

**Iskanje korenin (potomci Kočevarjev)** – butična, visoko vrednotena niša. Vzpostaviti »concierge« storitev (arhivi, prevodi, vodniki po vaseh, srečanja z domačini) in vnaprejšnje rezervacije. Odlično za izven sezone.

**Adrenalinska doživetja (zipline, adrenalinski park, plezalna stena, paintball)** – močan magnet za mlajše segmente, a kapitalsko in okoljsko zahtevno. Začeti z aktivnostmi, ki zahtevajo manj posegov v okolje, modularnimi rešitvami in preveriti umestitev v prostor (Natura 2000), z varnostjo in zavarovanji. Sinergija z MTB in športnimi dogodki.

**Naravoslovno-doživljajski programi (jelenji ruk, opazovanje ptic, zvezde, polharija, jame)** – visoka avtentičnost in nizki posegi, če so vodeni in omejeni po številu. Uvesti kodeks opazovanja, temne noči kot posebne termine (»dark sky«), pri polhariji stroga etična merila; jamska doživetja le z usposobljenimi vodniki.

**Kulturni produkti (umetniške delavnice v gozdu, koncerti)** – majhni, akustični, lokacijsko občutljivi formati so skladni s »tihim turizmom«. Odlični za termine zunaj sezone, v povezavi z lokalnimi ustvarjalci in dediščinskimi lokacijami.

**Gastronomija & dediščina (Michelin »globoko v gozdu«, Šnops festival)** – nosilna pop-up doživetja dvigujejo imidž; zahtevajo brezhibno logistiko (obisk brez sledi, sanitarije, odpadki) in odgovorno strežbo alkohola. Povezati z O, Kočevsko! in lokalnimi dobavitelji.

**Pevski festival (zbori, vokalne skupine)** – močan destinacijski gradnik znamke za izven sezone; terja primerne prostore, akustiko, partnerstva z društvi, šolami (prostori) in nočitvene kapacitete.

**Ponudba za družine z majhnimi otroki** – ključna za osnovni segment povpraševanja: igrifikacija poti, naravna igrišča, kratke vodene mikro izkušnje, značke »junior ranger«. Nizki stroški, velik učinek na zadovoljstvo in daljše bivanje.

**Igrifikacija v gozdu** – uporabi se kot horizontalni princip: »zakladi«, naloge, žigi, AR namigi na tematskih poteh. Poveča vključenost otrok, ne obremeni prostora in dobro »živi« v digitalnem marketingu.

Vse dopolnilne aktivnosti uvajamo fazno: najprej piloti z jasnimi pravili (varstvo narave, omejitve skupin, usposobljeni vodniki, izračunane nosilne kapacitete), nato širitev uspešnih formatov. Za občutljive vsebine (lov, temačni turizem, polharija) sprejmimo etični kodeks in protokole v sodelovanju z lokalnimi skupnostmi, naravovarstvom in lovskimi družinami. Rezultate sproti vpenjamo v pakete z nastanitvami in kulinariko za večjo dodano vrednost in sezonalizacijo.



## **PODPORNE AKTIVNOSTI**

so hrbtenica razvoja Kočevskega: vse, kar obiskovalec vidi, občuti in doživi – od prvega klika do zadnjega koraka po poti –, stoji na njih. Urejena infrastruktura, enotna blagovna znamka gozd/voda, usposobljeni ljudje, vključena skupnost, pametna (digitalna) orodja in učinkovito sodelovanje med občinama ter sosednjimi destinacijami omogočajo, da produkti zares zaživijo in da je doživetje kakovostno, varno in trajnostno.

Ta sklop zato ne našteva »lepih želja«, ampak postavlja operativne predpogoje: jasna vozlišča dostopa in signalizacije, skupne standarde storitev, redne programe znanja, prepoznavno identiteto »Kočevsko«, odprte kanale do skupnosti ter pragmatičen trženjski nastop.

Vse izvajamo fazno – s hitrimi, nizkocenovnimi izboljšavami ter vzporedno z večletnimi investicijami – in usklajeno z DNK destinacije ter tremi stebri trajnosti. Zavod Kočevsko skrbi za koordinacijo in kratke, eno- ali dvoletne akcijske načrte. Uspeh merimo z doseženimi cilji in vidnimi spremembami na terenu. Rezultat je večja prepoznavnost, višja kakovost izkušenj, boljša razpršitev obiskov in močnejši ponos lokalne skupnosti.

### **1. Razvoj infrastrukture**

Osnova sistema, ki neposredno vpliva na doživetje in varnost. Nadaljujemo s prednostnim urejanjem dostopnih točk do narave (parkirišča, sanitarije, pitniki), konsistentno signalizacijo (pohodni/kolesarski smerokazi, info table, QR interpretacija) in servisne točke (kolesarnice, stojala, orodje, polnilnice za e-kolesa). Okoli najbolj obremenjenih točk vzpostavimo jasna pravila rabe (vstopi, mirna območja, prepovedi), po potrebi z režimom zadrževanja in časovnicami. Za Rudniško (Kočevsko) jezero, Kolpo in MTB vozlišča zagotovimo »walk-in« logiko: jasno označene vstopne točke, krožne poti in osnovne storitve v 10-minutni razdalji. Infrastrukturo načrtujemo fazno: hitre, nizkocenovne rešitve (označbe, klopi, senca) v 6-12 mesecih, zahtevnejše ureditve (parkirišča, točke obiska) v 12-36 mesecih, usklajeno s prostorskimi akti in varstvenimi režimi. Vzpostavimo redno vzdrževalno rutino (koledar del, odgovorni, proračun), da ne izgubljam kakovosti po izvedbi.

Posebno pozornost bomo posvetili vključujoči in varni uporabi prostora za vse obiskovalce, ne glede na njihove fizične zmožnosti. Dostopnost za gibalno ovirane osebe je temeljna sestavina kakovostne in vključujoče turistične infrastrukture, zato morajo biti vsi novi in prenovljeni objekti, poti ter informacijske točke načrtovani po načelih univerzalne dostopnosti, kjer je to v skladu z zakonskimi obveznostmi možno izvesti. To vključuje utrjene poti brez večjih naklonov, klančine z nedersečimi materiali, znižane robnike, parkirna mesta v neposredni bližini vhodov, prilagojene sanitarije in klopi z nasloni. Na razglednih točkah, pri naravnih kopališčih in centrih za obiskovalce naj bodo omogočeni dostopi za vozičke ter jasna vizualna in tipna signalizacija. QR-kode in zvočni vodiči naj omogočajo samostojno interpretacijo prostora slepim in slabovidnim. Pri opremljanju poti in počivališč je treba upoštevati višine gred, širine prehodov in kontrastne barve. Uporaba simbolov »Accessible Nature« naj postane del celostne podobe destinacije, ki dokazuje, da Kočevsko ponuja pristno izkušnjo gozda – dostopno vsem, brez ovir.

## **2. Program osveščanja in usposabljanja**

Modularna »Akademija Kočevsko« za ponudnike, vodnike, prireditvene ekipe in javne uslužbenke. Temeljni moduli: gostoljubje in standardi storitev, varno vodenje v naravi (tudi prva pomoč), digitalni marketing in prodajni kanali, oblikovanje doživetij (gozd/voda), trajnost in destinacijski bonton. Oblika: kratke delavnice (23 h), terenske klinike, mentorski sprinti (4-6 tednov) in sezonska osvežitev. Cilj je hiter prenos znanja v prakso: vsak udeleženec izpelje konkreten mikro izboljšek (npr. nov paket, boljša vsebina na spletu, uveden standard). Program se ponavlja dvakrat letno (pred sezono in sredi sezone) in se veže na skupne akcije destinacije (kampanje, dogodke).

## **3. Krepitev krovne blagovne znamke Kočevsko**

Poenotimo identiteto gozda in vode v vseh stikih: signalizacija, digitalna komunikacija, tiskovine, produktna embalaža, uniforma vodnikov in prireditvena scenografija. Osvežimo uredniški koledar (4-6 sezonskih tem »Gozd & voda«), vzpostavimo centralno medijsko bazo (foto/video, copy predloge) ter »brand kit« za ponudnike (logotipi, tipične fraze, vizualni moduli). Vpeljemo co-branding: znak »Created in the Forest« za doživetja/produkte, ki izpolnijo standard. Zgradimo mrežo ambasadorjev (lokalni ustvarjalci, vodniki, športniki, raziskovalci) in serijo podpisnih zgodb (medved, Krokar, Kolpa, MTB, bunker, gradova). Namen je konsistentnost, prepoznavnost in višja zaznana vrednost.

## **4. Program za skupnost: osveščanje, hackatloni, študijske ture**

Redna »odprta kava« za krajanke in ponudnike (dvomesečno), tematski hackatloni dvakrat letno (npr. »Zimsko Kočevsko«, »Forest Wellness«, »Kolpa: 4 letni časi«) in študijske ture na primerljive destinacije. Cilj je vključevanje, zbiranje idej in hiter preizkus pilotov z lokalno ekipo. Vključimo šole in društva (mladi = ideje, starejši = dediščina), rezultate pa sproti vračamo v ponudbo (mini piloti v 90 dneh). Program naslavlja sprejemanje turizma, dvig ponosa do destinacije in soustvarjanje.

## **5. Strategija in operativni načrt trženja**

Pragmatičen, eno- do dvoleten načrt: ciljni segmenti (družine, pari »slow«, outdoor, nišne skupine), ključni trgi (domači + bližnji emitivni), sezonski poudarki, paketiranje z nastanitvami in prevozi. Kanali: lastni (splet, e-pošta, SEO), plačljivi (performance kampanje), PR in vplivneži z jasnimi »briefi« (gozd/voda, etika v naravi). B2B linija: sodelovanje s TO/TA, press & fam tripi z jasno zgodbo. Fokus na merljivih akcijah, ki vodijo do dejanskih rezervacij in daljšega bivanja. Dokument ostane kratek, izvedben in se obnavlja skupaj z akcijskimi načrti.

## **6. Povezovanje s sosednjimi destinacijami**

Zasnujemo 3-4 krožne itinerarje (2-4 dni) s sosedi (npr. Kolpa & Bela krajina; Ljubljana; Vode Dolenjske, Zeleni Kras in Gorski Kotar v sosednji Hrvaški), s skupnimi kartami, vozlišči in koledarjem dogodkov. Uskladimo vozlišča mobilnosti (izposoja koles/čolnov, prevozi), razvijemo navzkrižno vstopnico ali skupne pakete. Skupne kampanje in navzkrižna promocija. Cilj: večdnevnost in razpršitev obiska, pri čemer Kočevsko ohrani svoj DNK.

## 7. Zelena shema Kočevsko

Nadgradimo raven destinacije in vključimo več ponudnikov v certifikacijo. Nadaljujemo z »zelenim standardom prireditve« (odpadki, energija, promet), po potrebi nadgrajujemo osnovna orodja za izračun in zmanjševanje odtisa doživetij ter jasno predstavljene koristi (prodajni kanali, vidnost, znanje). Obstoječi destinacijski bonton je del paketov in komunikacije na terenu (QR kode, info točke, vodniki). Namen ni birokracija, temveč vidna razlika na lokaciji in v storitvah.

## 8. Krepitev sodelovanja z Občino Kostel

Vzpostavimo stalno koordinacijo (majhna operativna skupina), uskladimo koledar projektov in skupne prioritete (grad & Kolpa, interpretacija, prireditve). Poenotimo znamčenje in sporočila, delimo »back-office« (npr. razpisi, protokoli prireditve, vzdrževanje poti) ter pripravljamo skupne prijave na razpise. Cilj: ena zgodba v dveh občinah, manj podvajanja, več sinergije.

## 9. Mednarodna skupnost ljubiteljev gozda & destinacijska kartica

Najprej osnovno: preprosta brezplačna digitalna kartica (QR) z osnovnimi ugodnostmi (npr. 10 % pri izbranih doživetjih, lahek dostop na ture, darilna doživetja ob ponovnem obisku).

Vsebinsko zgradimo skupnost: mesečni »Forest Letter«, izzivi (npr. 4 letni časi v gozdu), tedenske objave na družabnih omrežjih, ambadorski statusi.

Po validaciji (odziv, uporaba) razmislimo o razširitvi na plačljiv klub z višjimi ugodnostmi. Namen: lojalnost, ponovni obiski in organska promocija.

## 10. Eno- do dvoletni akcijski načrti

Operativni dokument, ki združi izbrane ukrepe na leto/dve, odgovorne nosilce in partnerje, okvirne proračune in časovnice ter jasne cilje in KPI (mejniki izvedbe, ne »števcici«). Načrt je kratek (do 10 strani), pregleden, javno objavljen in se kvartalno posodablja. Omogoča faznost (hitre zmage napram večletnim projektom) in prilagajanje ritmu financ in sezonalnosti.

Tudi pri tem sklopu ukrepov smo deležnikom ponudili nabor dopolnilnih ukrepov:

- **Povezovanje s sosednjimi destinacijami (skupni projekti in nastopi na trgu).** Smiselno za krožne ture, daljše bivanje in delitev stroškov promocije; začeti z enim do dvema tematskima pilotoma (gozd & voda, dediščina Kolpe) z jasnimi nosilci.
- **Digitalna orodja in inovacije (mobilna aplikacija, digitalne karte, interaktivna orodja).**
- **Vključevanje tradicionalnih obrti in lokalne ustvarjalnosti v ponudbo.** Poveča avtentičnost in lokalno multiplikacijo potrošnje; oblikovati »made in Kočevsko« linijo ter demo delavnice pri mojstrih.
- **Štipendije za deficitarne poklice.** Strukturni ukrep proti kadrovski vrzeli (kuharji, strežno osebje, vodniki, serviserji koles); pogojno vezati na prakso pri lokalnih ponudnikih.
- **Aktivnosti za starejše.** Priložnost za celoletnost (mirna sezona): lažje poti, vodene ture, programi prijazni za starejše in prevoz na zahtevo.



- **Jugonostalgijični produkti (rampa v Kočevski Reki, vohunske zgodbe ipd.).** Nišni potencial, a potrebna skrbna kuracija in spoštljiv odnos do zgodovine; primerno kot vodeno doživetje z jasnim interpretacijskim okvirjem.

**Dodatni odzivi deležnikov so se nanašali na povezovanje s sosednjimi občinami, več sodelovanja ponudnikov, vzpodbude za obstoječe ponudnike.** To potrjuje potrebo po stalnem »platformskem« delu zavoda: redni koordinatorski sestanki, mikro subvencije za kakovostne nadgradnje in skupne kampanje.

Fokus dopolni naj bo v smislu »pilotiraj – izvedi«: hitro preizkusiti povezovalne projekte z okolico, lansirati osnovni digitalni paket, razširiti usposabljanja in bonton na teren, hkrati pa graditi dolgoročneje temelje (npr. štipendije, krizni načrt). Tako podporni ukrepi postanejo konkreten vzvod za vse štiri vsebinske stebre ponudbe.

Če sklenemo, v tem poglavju smo opredelili, kako vizijo in strateške cilje obdobja 2026-2036 pretvorimo v delo na terenu: prek petih operativnih ciljev (nastanitve, prehrana, atrakcije, aktivnosti, podporne aktivnosti) in z usmeritvijo v verigo vrednosti za gosta. V analizi stanja je jasno prikazano, da brez kakovostnega nastanitvenega fundamenta ne moremo v celoti ovrednotiti naših največjih adutov – gozda, vode in dediščine. Zato so ukrepi v tem obdobju namerno osredinjeni na butične, trajnostne nastanitve in z njimi povezane storitve, ki dvigujejo celotno izkušnjo.

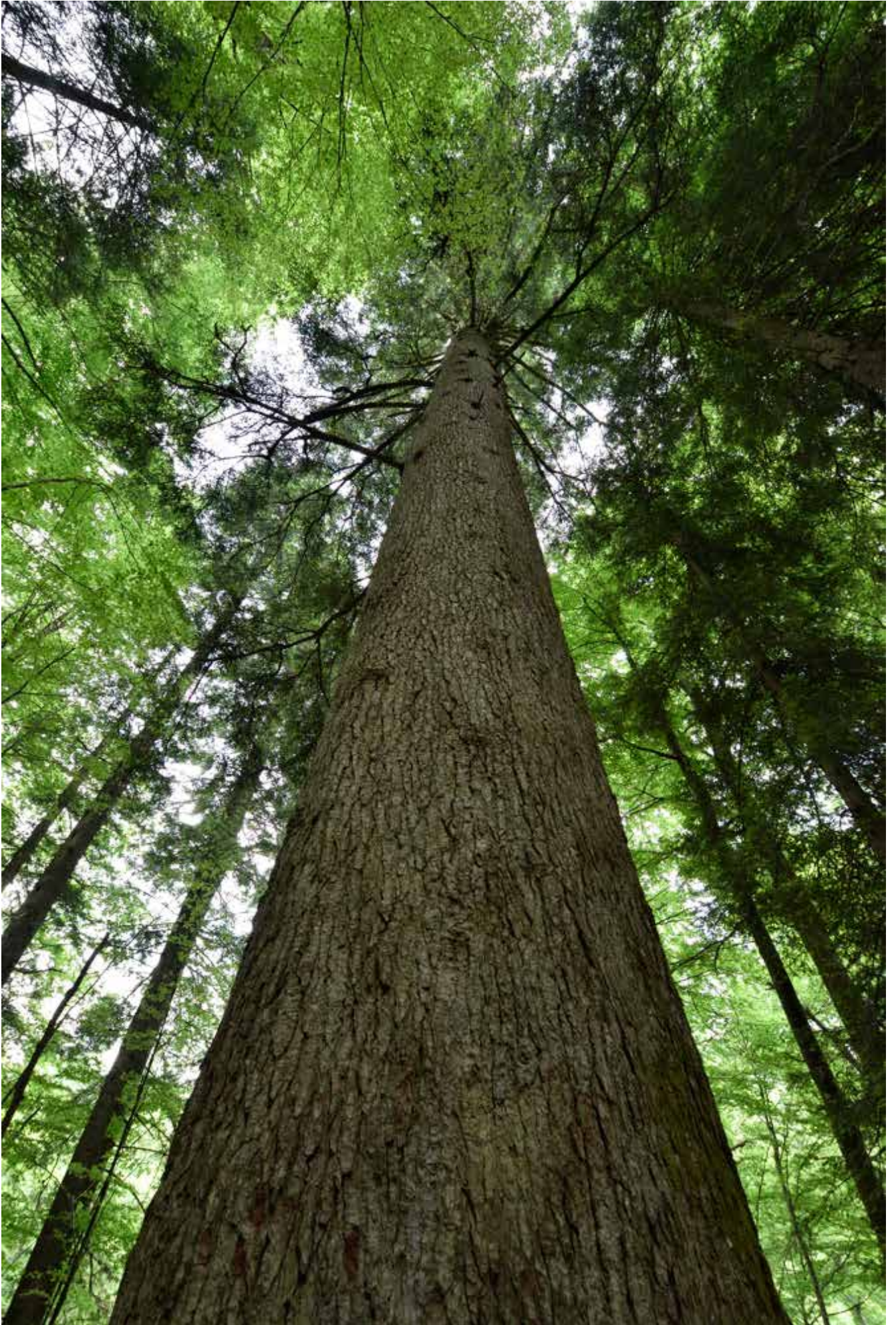
Izbirali in validirali smo ukrepe, ki prinašajo največ učinka z najmanjšim odtisom v prostoru, krepijo sezonsko in prostorsko razpršitev obiskov ter neposredno vključujejo lokalno skupnost in kratke dobavne verige. Zasnova izvedbe je fazna: hitro uvajamo manj zahtevne, a vidne izboljšave (»hitre zmage«), hkrati pa vzpostavljamo okvir za večletne nosilne projekte. **Ključ uresničevanja so kratki, eno- do dvoletni akcijski načrti, ki jih koordinira Zavod Kočevsko z občinama in partnerji.** Napredka ne merimo s »števcii« zaradi njih samih, temveč z doseganjem jasno postavljenih ciljev in mejnikov v teh načrtih – na ravni produktov, kakovosti izkušnje in vpliva na skupnost.

Model upravljanja temelji na partnerstvih: javno-zasebnih, medobčinskih in meddestinacijskih. Usklajena blagovna znamka gozd/voda, skupni standardi storitev, stalni programi usposabljanja ter urejena, skromna, a funkcionalna infrastruktura so hrbtenica, na kateri stojijo produkti. Trajnost ni dodatna nalepka, ampak način dela: etični protokoli v naravi, omejene in vodene skupine, nizko ogljični materiali, jasen destinacijski bonton.

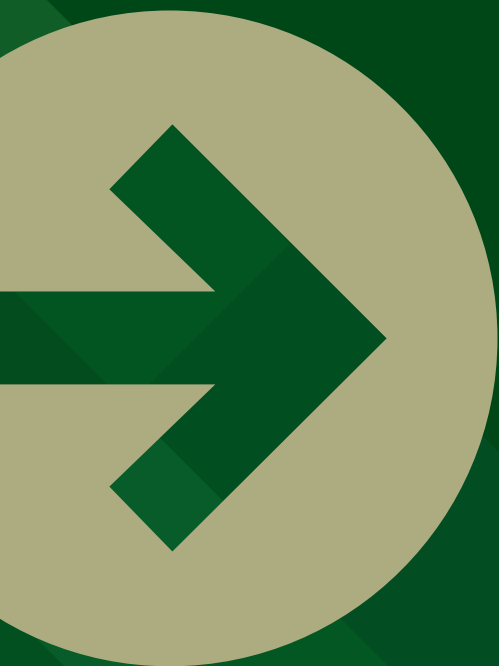
S tem pristopom zmanjšujemo tveganja (preobremenjenost točk, razpršenost odgovornosti, projektni »zastojki«) in povečujemo verjetnost, da se vsak vložen evro prevede v boljšo izkušnjo gosta in večjo lokalno vrednost. **Naslednji korak je operativna potrditev prvega akcijskega načrta, dodelitev nosilcev in proračunov ter zagon prvih pilotov v nastanitvah, kulinariki, vodi in MTB.**

Kočevsko se bo razvijalo premišljeno, vendar ambiciozno – z neinvazivnimi intervencijami v prostoru, jasnimi prioritetami in vidnimi učinki za obiskovalce in prebivalce. Tako bomo v naslednjem desetletju postavili standard butične, zelene destinacije, v kateri je vsaka »postelja« del zgodbe, vsaka pot varna in smiselno označena, vsaka jed povezana z gozdom – in v kateri je uspeh strategije prepoznaven v doseženih ciljih na terenu.









**PREDLOG  
AKCIJSKEGA  
NAČRTA ZA LETI  
2026 IN 2027**

**WILD.  
BUT  
NICE.**



## 6. PREDLOG AKCIJSKEGA NAČRTA ZA LETI 2026 IN 2027

**Akcijski načrt (prvi 2 leti) s fokusom na nastanitvah kot glavnim ciljem razvoja v naslednjem desetletju.**

Spodaj je predlog prvih izvedbenih korakov po 90 dnevem principu. Ukrepi so kratki, operativni in usmerjeni v pospešitev vlaganj v nastanitve ter podpornih pogojev na terenu.

| Ime ukrepa   | Nosilci  | 90 dni – prvi koraki   | Namen  | Stroški*                                   | Časovni okvir                                   | Leto izvedbe |
|--|--|--|--|--|---|--------------|
| Servis za sobodajalce – pilot (čiščenje, trženje, rezervacije)             | Zavod Kočevsko (ZK), ZKT Kostel, partner-izvajalec         | mapiranje 30–50 objektov, oblikovanje paketov storitev, podpis prvih 15 pogodb | Hiter dvig kapacitet in kakovosti v obeh občinah | 20–40k €/leto (OPEX)                       | Q1–Q4 2026 (pilot) - širitev 2027               | 2026         |
| Knjižica investicijskih priložnosti + investicijski »roadshow«             | Občina Kočevje, Občina Kostel, ZK                          | zberemo 8–12 lokacij, pripravimo info listinge, 3 predstavitve investitorjem   | Privabljanje greenfield in brownfield vlaganj    | 15–30k € (OPEX)                            | Q1–Q2 2026 priprava, Q3–Q4 2026 roadshow        | 2026         |
| Umeščanje v prostor: 2 prioritetni glamping lokaciji (Kočevje/MTB, Kostel) | Občini, ZK, prostorski načrtovalci                         | preveritev prostorskih aktov, idejne zasnove, predkonzultacije z organi        | Skrajšanje časovnic za vlagatelje                | 40–80k € (študije, OPEX)                   | Q1–Q3 2026 priprava, Q4 2026 objava poziva      | 2026         |
| Forest resort Kočevje (MTB) – priprava projekta PPP                        | Občina Kočevje, ZK, svetovalec                             | model PPP, osnovni poslovni načrt, razpis osnutka                              | Zagon vodilne nastanitve ob MTB centru           | 30–60k € (svetovanje)                      | Q2 2026–Q2 2027 (razpis in izbor)               | 2026–27      |
| Obnova nepremičnin ob Kočevskem jezeru – »razpršeni hotel« (faza 1)        | ZK, zasebni lastniki, sklad/razpis                         | izbor 10 objektov, minimalni standardi, pogodbeni okvir                        | Aktivacija fonda v bivalne enote z identiteto    | 60–120k € (spodbude, OPEX) + zasebni CAPEX | Q2–Q4 2026 (faza 1), širitev 2027               | 2026–27      |
| Skupno trženje Gozdnih koč + aktivacija lovskih koč                        | ZK, LD, lastniki koč                                       | katalog 15–20 koč, foto/booking strani, »gozdni paket«                         | Hitra monetizacija obstoječega fonda             | 10–25k € (OPEX)                            | Q2–Q3 2026 setup, prodaja Q4 2026–              | 2026         |
| Hotel 4* v Kočevju – izvedljivost in lokacija                              | Občina Kočevje, ZK, zasebni ponudniki, strokovni izvajalec | študija trga, model posla, predlog lokacije in shema spodbud                   | Osrednja kapaciteta za ekipe/MICE                | 40–60k € (OPEX)                            | Q1–Q3 2026 študija; Q4 2026 investicijski poziv | 2026         |

| Ime ukrepa   | Nosilci                                    | 90 dni – prvi koraki  | Namen                                    | Stroški*                             | Časovni okvir                          | Leto izvedbe |
|--|--|---|--|--------------------------------------|--|--------------|
| Hostel Bearlog – program nadgradenj                            | ZK   | nadzor, popis vlaganj, uvedba standardov (shrambe, orodje)    | Boljša zasedenost, višji ARR             | 80–150k € (CAPEX)                    | Q2–Q4 2026 izvedba                     | 2026         |
| Camp Jezero Kočevsko – mikro investicije + sezonski režim      | Občina Kočevje, ZK                         | načrt parcel, sanitarije, odpadki, pravilnice                 | Višja kakovost, nižji vplivi             | 120–250k € (CAPEX)                   | Q2–Q3 2026 (faza 1), optimizacija 2027 | 2026–27      |
| Gozdni resort (Castle Festival zona) – koncept & partner       | Občina Kostel, ZKT Kostel, zasebni partner | idejna zasnova, poslovni koncept, iskanje operaterja          | Nastanitev kot podaljšek grajskih vsebin | 25–50k € (OPEX)                      | Q3 2026–Q2 2027 (koncept+partner)      | 2026–27      |
| Digitalna prodaja: integracija booking engine na Kočevsko.com  | ZK, IT partner                             | izbor engine-a, integracija, onboarding 30 objektov           | Direktna prodaja, manj provizij          | 25–60k € + 5–10k €/leto              | Q2–Q3 2026                             | 2026         |
| »Gozdni standardi« za nastanitve (tišina, svetloba, materiali) | ZK, naravovarstveni partner                | priprava smernic, delavnica, pilot certificiranje 10 objektov | Enoten, prepoznaven DNK v nastanitvah    | 10–20k € (OPEX)                      | Q3–Q4 2026                             | 2026         |
| Razvoj gozdnega resorta Reka – pripravljalna faza              | Občina Kočevje, ZGS, ZK                    | uskladitev interesov, varstvena izhodišča, "go/no-go" matrika | Odločitev o smiselnosti in obsegu        | 20–40k € (študije)                   | Q1–Q2 2027                             | 2027         |
| Širitev servisa za sobodajalce (2. leto)                       | ZK, izvajalec                              | vključitev novih 40–60 enot, dodajanje posteljnine /logistika | Skala, standardizacija storitev          | 30–60k €/leto (OPEX)                 | Q1–Q4 2027                             | 2027         |
| Investicijski razpis za Forest resort Kočevje (zaključek)      | Občina Kočevje, ZK                         | objava glavnega razpisa, izbor investitorja                   | Prehod v fazo gradnje                    | 15–30k € (razpis)                    | Q1–Q2 2027                             | 2027         |
| »Razpršeni hotel« – faza 2 (jezero + mesto)                    | ZK, lastniki                               | vključitev dodatnih 15–20 enot, skupen booking                | Povečanje ležišč z visoko avtentičnostjo | 60–120k € (spodbude) + zasebni CAPEX | Q2–Q4 2027                             | 2027         |

\* Stroški so okvirni in vključujejo javni del priprave/aktivacije (brez zasebnih gradbenih vlaganj, razen kjer je to posebej označeno).

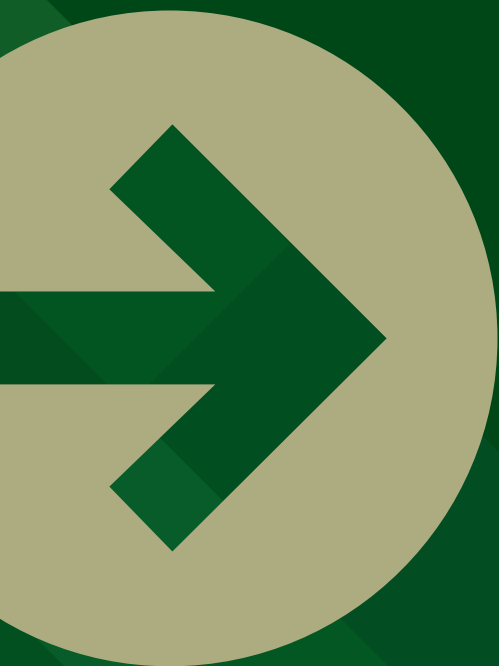
## Opombe za izvedbo:

- **Faznost:** v 2026 aktiviramo »hitre zmage« (servis za sobodajalce, digitalna prodaja, Bearlog/kamp mikro investicije, katalog koč, investicijska knjižica); v 2027 zaključujemo priprave večjih projektov (Forest resort, hotel 4\*, Kostel glamping) in širimo razpršene kapacitete.
- **Varnost in varstvo prostora:** vse glamping/kamp posege vodimo skozi predhodne naravovarstvene presoje in jasne standarde (svetloba, mir, odpadne vode).
- **Partnerstva:** za kapitalske projekte (Forest resort, Kostel glamping, hotel 4\*) je ključen **PPP/operatorski model** – zato v 2026-2027 prednostno financiramo pripravo modelov, razpisov in lokacijskih pogojev.
- **Merjenje ciljev:** namesto KPI-jev sledimo **doseženim ciljem** na ravni paketov (npr. število aktiviranih enot v servisu, število koč v katalogu, podpisan investitor za Forest resort, vključene enote v »razpršenem hotelu«, delež nastanitev na Kočevsko.com).



Foto: Kapele





**ZAKLJUČEK**

**WILD.  
BUT  
NICE.**

## 7. ZAKLJUČEK

Bistvo te strategije je preprosto in močno: Kočevsko ne gradi na obsegu, temveč globini doživetja. Gozd in voda sta jedro zgodbe; vse ostalo – od nastanitev do kulinarike, od interpretacije do aktivnosti – je premišljena infrastruktura doživetij, ki gostu omogoča prisotnost, tišino in stik z naravo, lokalni skupnosti pa prinaša stabilno vrednost z nizkim odtisom.

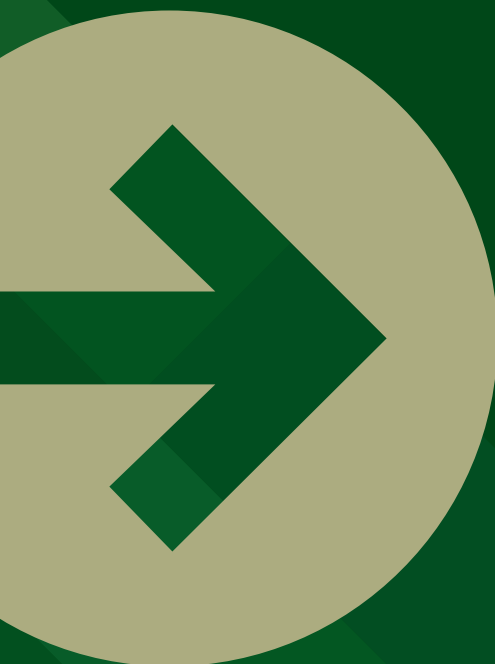
Proces priprave ni bil vaja na papirju, temveč vaja iz sodelovanja: delavnice, intervjuju in javna validacija so zagotovili, da so prioritetni ukrepi realni, izvedljivi in podprti v skupnosti. Mentimeter nam je pomagal ujeti soglasje, obenem pa osvetliti, kje so nujne razprave in piloti. V središču ostajajo usklajen dialog in jasni mehanizmi sodelovanja – to je osnovni pogoj, da se vsak akter počuti del skupne poti in prevzame svoj del odgovornosti.

Razvoj bo potekal fazno. Prvi koraki pripadajo hitro izvedljivim, nizkoinvazivnim rešitvam (označitve, e-mobilnost, mikro ureditve pri vodnih točkah, družinske poti), sledijo pilotni programi (vodene ture, terapevtske poti, manjše razgledne in plezalne točke), kapitalsko zahtevnejši projekti (naravni bazeni, gozdni resorti, hoteli, večje adrenalinske naprave) pa zahtevajo dodatne študije, partnerstva in preverjanje sprejemljivosti. Takšna faznost zmanjšuje tveganje, ohranja prostor in gradi učenje med potjo.

Zavod Kočevsko bo ritem izvajanja ujel z eno- do dvoletnimi akcijskimi načrti – to je praktično orodje, ki prevaja strategijo v delo na terenu, povezuje partnerje, usklajuje proračune in prilagaja faznost, ko se razmere spremenijo. S tem ostajamo zvesti načelu, da strategija živi le toliko, kolikor živijo njeni ukrepi.

Pred nami je dovolj jasna slika: destinacija z izjemnim primarnim elementom (gozd + voda), zrelim naborom prioritet, ki jih podpira skupnost, ter operativnim okvirom, ki spodbuja učenje, partnerstva in odgovorno rast. Zdaj je ključna disciplina: vztrajnost v izvedbi, spoštovanje prostora, odprt dialog in neprestano testiranje v malem, preden zraste veliko.

**Če bo naš kompas usmerjen v kakovost, sodelovanje in trajnost, bo Kočevsko tudi v naslednjem desetletju ostalo tisto, kar svet vse težje najde: košček prvinskega, doživetega in iskrenega – skrivnostni gozd Slovenije in najbolj prvinski gozd Evrope, pripravljen za tiste, ki znajo priti počasi in ostati dlje.**



# SEZNAM KRATIC

WILD.  
BUT  
NICE.



## 8. SEZNAM KRATIC

Seznam kratic, ki se pojavljajo v dokumentu:

- AR – obogatena resničnost (ang. *augmented reality*)
- ARR – povprečna cena sobe (*Average Room Rate*)
- CAPEX – investicijski izdatki (*Capital Expenditures*)
- DNK – »DNK destinacije«; identiteta in bistvo znamke
- EHL – École hôtelière de Lausanne
- JZP (PPP) – javno-zasebno partnerstvo (*Public-Private Partnership*)
- KPI – ključni kazalniki uspeha (*Key Performance Indicators*)
- KCK – Kulturni center Kočevje
- LTO – lokalna turistična organizacija
- MICE – poslovni turizem: *Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*
- MVP – minimalno izvedljiv produkt (*Minimum Viable Product*)
- MTB – gorsko kolesarjenje/mountain bike
- OPEX – obratovalni stroški (*Operating Expenditures*)
- Q1-Q4 – četrtoletja poslovnega leta
- PPP – private public partnership
- TIC – turistično informacijski center
- UNESCO – Organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo
- USP – edinstvena prodajna prednost (*Unique Selling Proposition*)
- ZGS – Zavod za gozdove Slovenije
- ZK – Zavod Kočevsko
- ZKT – Zavod za kulturo in turizem Kostel
- ZSST – Zelena shema slovenskega turizma





I FEEL  
SLOVENIA

**ZAVOD KOČEVSKO**  
Trg zbora odposlancev 62  
1330 Kočevje

E: [info@kocevsko.com](mailto:info@kocevsko.com)

[www.kocevsko.com](http://www.kocevsko.com)