




**Bela krajina**  
SRČNIH LJUDI

# ANALIZA ZADOVOLJSTVA OBISKOVALCEV 2025



december 2025





V Strategiji razvoja turizma destinacije Bela krajina za obdobje 2024 – 2029 smo načrtali vizijo razvoja turizma, ki jo opredeljuje kot **Bela krajina SKUPAJ**.

Ponosna in povezana destinacija za ohranjeno naravo in kakovostno avtentično ponudbo.

Uspešnost uresničevanja strategije merimo s sedmimi kazalniki uspešnosti.

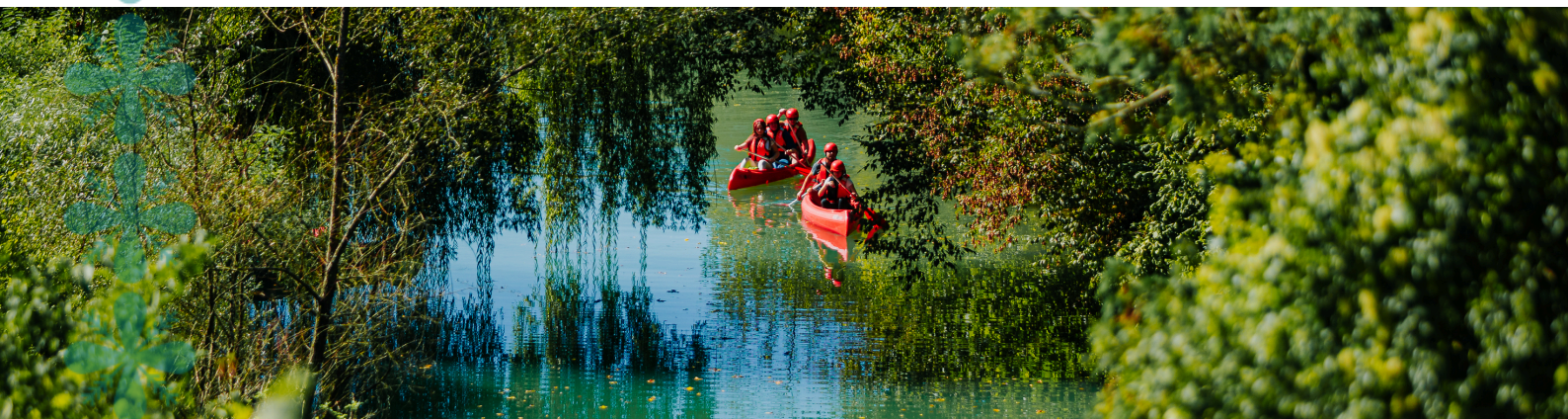
- Znižati želimo sezonskost obiska.
- Podaljšati želimo povprečno dobo bivanja.
- Želimo si, da bi bili prebivalci zadovoljni z razvojem turizma in ga podpirali.
- Enako si želimo zadovoljstvo v doživetju destinacije za obiskovalce.
- In zadovoljstvo poslovnih deležnikov z upravljanjem destinacije.
- Zviševali bomo znesek pobrane turistične takse skozi vse leto.
- Z vsemi izvedenimi ukrepi si bomo ponovno pridobili znak zlate destinacije Slovenia Green.

### **Zadovoljstvo obiskovalcev**

Podatke o zadovoljstvu obiskovalcev s turizmom pridobivamo prek anketnega vprašalnika za obiskovalce, ki je na voljo v Zeleni shemi slovenskega turizma. Obiskovalci na lestvici od 1 (zelo nezadovoljen) do 5 (zelo zadovoljen) podajo mnenje o 13 elementih turistične ponudbe. Ciljna vrednost kazalnika na ravni Slovenije v SST znaša 4,6, zato smo tudi za Belo krajino določili enak cilj.

### **Postopek anketiranja**

Anketiranje je potekalo od junija do septembra 2025 preko spletne ankete na [www.1ka.si](http://www.1ka.si) in tiskanih vprašalnikov. Povezave do spletne ankete smo obiskovalcem posredovali preko socialnih omrežij, preko QR kod na stojalih pri gostinskih ponudnikih in ponudnikih nastanitev. Anketiranje je potekalo na vseh treh belokranjskih TIC-ih, kjer so informatorji osebno nagovarjali obiskovalce k izpolnjevanju anket, prav tako pa smo anketirali tudi na terenu (s pomočjo tablice), na lokacijah, kjer se v visoki sezoni zadržuje več obiskovalcev. Ankete so bile na voljo v slovenskem in angleškem jeziku.



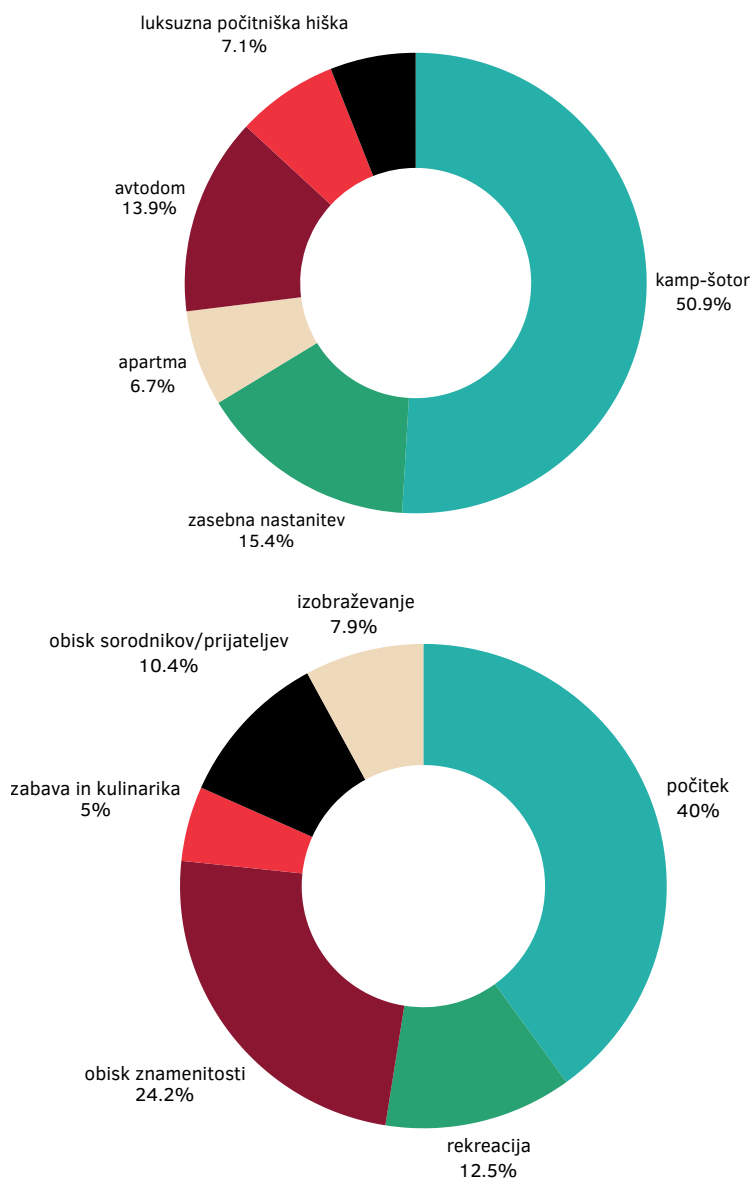
Anketo je v celoti izpolnilo 377 oseb, 56,5 % žensk in 43,5 % moških. 64,8 % vprašanih je bilo slovenskih gostov, 35,2 % pa je bilo tujcev. Večino vprašanih je prihajalo iz Nemčije (16,7 %), Nizozemske (8 %), Češke (7,2%), Belgije (6,5%) in Hrvaške (4,3%).

### **Potovalne navade obiskovalcev Bele krajine**

Največ obiskovalcev v Belo krajino pride v paru, z družino in prijatelji. Povprečna doba bivanja je bila 4,2 dni. Po statistiki nočitev iz NIST-a je trenutna povprečna doba bivanja 2,45 dni. Cilj destinacije do leta 2029 je 3 dni.

50,5 % odstotkov vprašanih je za premike po destinaciji uporabljalo lasten avtomobil, druga polovica vprašanih pa destinacijo raziskuje s kolesom ali peš. 40 % vprašanih je kot glavni motiv obiska izbralo počitek, na drugem mestu je obisk naravnih in kulturnih znamenitosti (24 %), sledi rekreacija z 12,5 % in obisk sorodnikov in prijateljev (10 %).

Skoraj 51 % vprašanih je bilo nastanjenih v kampih – šotori, 15 % v zasebnih nastanitvah, skoraj 14% v avtodomu.



## Zadovoljstvo s ponudbo in značilnostmi Bele krajine

V Beli krajini so bili obiskovalci najbolj navdušeni nad prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov, saj je kar 91 % vprašanih bilo z gostoljubjem zadovoljnih oz. zelo zadovoljnih. 92 % anketiranih obiskovalcev se je v Beli krajini počutilo varno, 80 % vprašanih pa je bilo mnenja, da so v destinaciji dobili dovolj visoko vrednost storitve za svoj denar, kar je za 5 % manj kot lani.

Obiskovalci so bili zadovoljni s priložnostmi za pohodništvo in kolesarjenje v 84 %, z urejenostjo okolice (88 %) in ponudbo nastanitev (87 %). Najslabšo oceno so obiskovalci že drugo leto zapored upravičeno podali javnemu prevozu (skupna ocena 3,3), sledi ji ponudba za nakupovanje z oceno 3,6.

Na vprašanje, s čim konkretno niso bili zadovoljni, so nam obiskovalci navedli:

- Premalo gostinske ponudbe
- Delovni čas je slab (večinoma odprejo šele popoldne).
- Premalo ponudbe za "normalne" goste, preveč usmerjenosti v visoko kulinariko.
- Velike zamude in dolga potovanja
- Dostopnost javnega prevoza je slaba ali nična
- Predlog: več vlakov in več kolesarskih stez, zlasti od ŽP Metlika do centra.
- Ceste, ki vodijo v Belo krajino, so slabe.
- Kolesarjenje in tek sta mogoča samo po ozkih cestah.

Da lahko v Beli krajini pijejo vodo iz pipe, meni 91 % obiskovalcev. Da je v destinaciji dovolj mest za ločeno zbiranje odpadkov, meni 86 % obiskovalcev. Nekaj manj obiskovalcev (69 %) meni, da je v destinaciji dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih.

Manj obiskovalcev je mnenja, da je na destinaciji dovolj informacij o tem, kako se obnašati odgovorno, 60 %. 61 % obiskovalcev pa je mnenja, da je v destinaciji dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe. 69 % vprašanih je mnenja, da destinacija spodbuja obiskovalce, da uporabljajo trajnostne oblike transporta, kar je 23% več kot leto prej.

51% anketirancev pozna oznako Slovenia Green.

**91%**  
anketirancev  
je gostoljubnost  
ocenilo z 4 ali 5



**92%**  
anketirancev  
se pri nas počuti  
**VARNO**

**3,3**  
najslabšo  
oceno je  
dobil **JAVNI**  
**PREVOZ**


**91%**  
anketirancev  
v destinaciji pije  
vodo iz pipe  
**BREZ SKRBI**

**60%**  
meni, daje v  
destinaciji dovolj  
informacij o  
odgovornemu  
vedenju

**69%**  
meni, da  
destinacija  
spodbuja  
trajnostni  
transport




Povratne informacije obiskovalcev Bele krajine kažejo na nekaj izrazitih izzivov ter hkrati tudi pohvale.



### 1. Javni prevoz in mobilnost – največji izziv

Najpogostejša pripomba je slab javni prevoz: malo avtobusnih povezav, nezanesljivi vlaki, pogoste zamude, slabe cestne povezave in številne zapore.



Obiskovalci pogrešajo:


- boljše povezave med občinami,
- več vlakov in avtobusnih postaj,
- varen prostor za pešce in kolesarje,
- ekološke oblike prevoza (e-minibus, električna vozila).



### 2. Informacije in označitve

Mnogi navajajo, da nimajo dovolj informacij o:

- trgovinah, lokalnih kmetijah in ponudbi,
- dostopnosti za invalide,
- pravilni rabi narave (sončna krema, gel v reki).



Pogosta želja je več zelenih oznak, informacijskih tabel in boljših učnih poti.




### 3. Čistoča in varstvo narave

Obiskovalci izpostavljajo problem smeti – ob cestah, v gozdovih in na kopališčih.

Pogrešajo:


- več košev, tudi za ločevanje,
- redno praznjenje smetnjakov in toalet,
- jasen nadzor nad divjimi odlagališči.



### 4. Gostinska ponudba in lokalni izdelki

Komentarji se ponavljajo glede:

- premalo gostinskih lokalov, predvsem v manjših krajih,
- neprimerne delovnega časa (odpiranje šele popoldne),
- premalo vsakdanjih jedi, premalo veganskih/vegetarijskih opcij,





### 5. Doživetja in dodatna ponudba

Pogrešajo več:


- organiziranih izletov,
- kulturnih in turističnih prireditev,





mirnih kotičkov v kulturnih ustanovah za ranljive skupine.





Veseli smo, da je zadovoljstvo obiskovalcev z gostoljubnostjo visoko ocenjeno, a kljub temu je še kar nekaj izzivov, kako povečati splošno zadovoljstvo obiskovalcev s turistično ponudbo v Beli krajini. Splošna ocena zadovoljstva v destinaciji za leto 2025 je 4,1, medtem ko si želimo, da do konca leta 2029 to število znaša 4,6.





Bela krajina se sooča z več izzivi, ki obenem predstavljajo pomembne priložnosti za njen nadaljnji razvoj.





Najizrazitejši izziv je nedelujoča mobilnost: javni prevoz je redek, nezanesljiv in slabo povezan, cestne povezave pa so pogosto v slabem stanju ali zaprte. To odpira jasno priložnost za razvoj bolj dostopnega, trajnostnega in medobčinsko usklajenega javnega prevoza ter za ureditev kolesarskih in peš povezav, ki bi izboljšale mobilnost tako obiskovalcev kot domačinov.





Druga ključna težava je pomanjkanje informacij – od označb v naravi, poti in dostopnosti do trgovin, lokalnih proizvajalcev in dogodkov. Priložnost je v vzpostavitvi enotnega komuniciranja, rednega izobraževanja turističnih delavcev o aktualni ponudbi, ki bi obiskovalcem olajšala orientacijo in povečala uporabo lokalnih storitev.




Izrazit izziv predstavlja tudi čistoča okolja: smeti ob cestah, v gozdovih in na kopališčih ob Kolpi ter neurejene sanitarije v glavni sezoni zmanjšujejo kakovost doživetja. To je hkrati ena največjih priložnosti za razvoj v smeri še bolj zelene, odgovorne destinacije – z urejenimi kopališči, ločevanjem odpadkov in aktivnim sodelovanjem skupnosti pri varovanju narave.





Gostinska in nakupovalna ponudba sta pogosto omejeni, delovni čas pa neprilagojen obiskovalcem. Priložnost se kaže v razvoju bolj raznolike kulinarike ter boljši dostopnosti trgovin, lokalnih izdelkov in kmetij. Dodatno pa lahko destinacija okrepi ponudbo doživetij – v naravi, kulturi in gastronomiji – ter izboljša dostopnost za ranljive skupine.



Ob vsem naštetem pa Bela krajina ostaja destinacija z izjemno naravo, prijaznimi ljudmi in visokim potencialom za trajnostni razvoj. S premišljenimi izboljšavami se lahko izzivi preoblikujejo v priložnosti za ustvarjanje še bolj kakovostnega, zelenega in prijetnega okolja za obiskovalce in lokalno skupnost.



V RIC Bela krajina se bomo trudili, da bomo skupaj s ponudniki na destinaciji, javnimi zavodi, ki delujejo na področju turizma, in Občinami Črnomelj, Metlika in Semič, razvijali ponudbo v smeri odgovornega in trajnostnega turizma, za zadovoljnega obiskovalca.



Pripravila:  
Tamara Lončarić,  
DMO Bela krajina

