



Bela krajina
SRČNIH LJUDI

SKUPNA ANALIZA ZADOVOLJSTVA OBISKOVALCEV 2023 - 2025



december 2025



Uvod

V skladu s Strategijo razvoja turizma destinacije Bela krajina 2024–2029 sledimo viziji Bela krajina SKUPAJ – destinacija, ki temelji na povezovanju, ohranjeni naravi ter kakovostni in avtentični turistični ponudbi. Uspešnost izvajanja strategije spremljamo skozi sedem ključnih kazalnikov, med katerimi je eden najpomembnejših zadovoljstvo obiskovalcev.

Med leti 2023 in 2025 smo v destinaciji izvedli obsežne anketne postopke, ki so se vsako leto razširili tako po obsegu kot po kakovosti vzorca. Skupno poročilo prinaša pregled treh let spremljanja zadovoljstva obiskovalcev, primerjavo trendov ter ključne ugotovitve o napredku, izzivih in priložnostih za naslednje obdobje.

Anketni postopek in vzorec

Vsa tri leta smo anketiranje izvajali preko spletne in tiskane verzije vprašalnika ZSS (Zelena shema slovenskega turizma), od junija do jesenskih mesecev, na TIC-ih in na terenu.

Število izvedenih anketiranj:

- 2023: 77 anket
- 2024: 114 anket
- 2025: 377 anket



Potovalne navade obiskovalcev (primerjava 2023 – 2025)

Profil obiskovalcev ostaja stabilen: v vseh treh letih največ prihaja v paru ali z družino, občasno tudi s prijatelji.

Premikanje po destinaciji:

- 2023: 88 % z lastnim avtomobilom
- 2024: 80 % z avtomobilom ali kamperjem
- 2025: 50,5 % z avtomobilom, preostali kolesarijo ali hodijo peš.

Opazimo viden trend naraščanja aktivnih oblik mobilnosti, kar je skladno s cilji trajnostnega razvoja.

Motiv obiska je v vseh treh letih enak:

1. počitek,
2. naravne in kulturne znamenitosti,
3. rekreacija,
4. obisk prijateljev in sorodnikov.

Tip nastanitve:

- 2023: kampi (38 %), zasebne nastanitve (34 %), avtodomi (14 %)
- 2024: kampi in glampingi (65 %), drugi obrati (19 %), apartmaji (13 %)
- 2025: kampi (51 %), zasebne nastanitve (15 %), avtodomi (14 %).

Kampi ostajajo daleč najpomembnejša oblika nastanitve in ključni segment za razvoj turistične infrastrukture.





Zadovoljstvo s ponudbo in značilnostmi destinacije

Elementi z najvišjimi ocenami

V vseh treh letih se kot največja prednost Bele krajine znova in znova potrujeta:

- prijaznost in gostoljubnost domačinov
 - 2023: 96 % zadovoljnih
 - 2024: 96 %
 - 2025: 91 %
- občutek varnosti
 - 2023: 99 %
 - 2024: 91 %
 - 2025: 92 %
- priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje ter urejenost okolice
 - vse tri leta med 83 % in 93 % ocen zadovoljstva.

Splošna ocena zadovoljstva je rasla:

- 2023: 3,9
- 2024: 4,0
- 2025: 4,1

Napredek je postopen, vendar stabilen – približujemo se cilju 4,6 do leta 2029.

Elementi z najnižjimi ocenami



Največja težava, ki se pojavlja vsa tri leta, je javni prevoz:

- 2023: 2,7
- 2024: 2,9
- 2025: 3,3

Čeprav se ocena dviga, obiskovalci v 2025 še vedno navajajo:

- nezanesljivost in zamude,
- slabe povezave med občinami,
- pomanjkanje informacij,
- neustrezne cestne povezave,
- nevarnost za pešce in kolesarje.

Drugi šibki elementi:

- omejena ponudba nakupovanja (ocene 3,4 – 3,7),
 - premalo gostinske ponudbe, zlasti avtentične lokalne,
 - neustrezen delovni čas gostinskih lokalov,
 - pomanjkanje informacij o gastronomiji, naravnih pravilih in zdravstvu (najšibkejše v letu 2024).
- 
- 

Glavne skupne pripombe obiskovalcev (2023–2025)

Iz vseh treh let se ponavljajo naslednje teme:

1. Mobilnost – največja in najbolj vztrajna težava

- redek javni prevoz,
- zamude,
- slabe cestne povezave,
- nevarnost za kolesarje,
- pomanjkanje kolesarskih poti in varnih pešpoti,
- želje po električnem minibusu in boljši sezonski povezljivosti.



2. Informacije in označitve

- premalo informacijskih tabel in usmerjevalnih oznak,
- nejasne informacije o dostopnosti,
- premalo informacij o lokalni kulinariki, dogodkih in lokalnih ponudnikih.

3. Čistoča in skrb za naravo

- smeti ob cestah in kopališčih,
- neurejena sanitarna infrastruktura v sezoni,
- želje po več ločenem zbiranju in več koših.



4. Gostinska ponudba

- premalo raznolika ponudba,
- pomanjkanje jedi značilnih za Belo krajino,
- neustrezen delovni čas,
- prevelik razkorak med vrhunsko in vsakodnevno kulinariko.

5. Dodatna doživetja

- premalo organiziranih aktivnosti,
- želje po kulturnih prireditvah,
- več kolesarskih povezav ob Kolpi,
- več možnosti najema e-koles,
- večja dostopnost za ranljive skupine.





Zaključek

V letu 2025 lahko z zadovoljstvom ugotovimo, da Bela krajina ostaja destinacija, ki obiskovalce prepriča z izjemno naravo, prijaznostjo domačinov in občutkom varnosti.

Splošno zadovoljstvo se iz leta v leto dviga (3,9 → 4,0 → 4,1), kar potrjuje, da se destinacija razvija v pravo smer. Hkrati pa se izzivi – posebej na področju mobilnosti, informacij, dostopnosti, čistoče ter kulinarike – ponavljajo skozi vsa tri leta in zato zahtevajo sistemski pristop ter povezanost vseh ključnih deležnikov.

Izzivi, ki jih obiskovalci izpostavljajo, so hkrati tudi priložnosti: izboljšanje javnega prevoza, posodobitev informacijskih sistemov, dosledno upravljanje okolja ter razvoj kakovostne in raznolike ponudbe lahko pomembno dvigneta celotno izkušnjo destinacije.

V RIC Bela krajina se bomo tudi v prihodnjih letih SKUPAJ s ponudniki, lokalnimi skupnostmi in javnimi zavodi trudili razvijati turistično ponudbo v smeri odgovornega in trajnostnega turizma – za zadovoljnega obiskovalca in ponosno lokalno skupnost.

Pripravila:

Tamara Lončarić,
DMO Bela krajina

