



Trajnostna mobilnost v Alpah

IZVLEČEK

Alpe so drugo največje turistično območje v Evropi, zato jih vsako leto obiščejo množice obiskovalcev, ki se v te kraje večinoma odpravijo z avtom in tako marsikje zmanjšujejo doživljajsko vrednost prostora, ob tem pa tudi obremenjujejo okolje. Prav zato so kot dodano vrednost marsikje v turistično ponudbo začeli uvajati koncept trajnostne mobilnosti, drugi motiv pa je ustvariti primerjalno prednost med turističnimi območji. Med prvimi je trajnostno mobilnost kot tržno nišo prepoznalo omrežje Alpski biseri. V njem turizem pojmujejo kot kombinacijo mehkih turističnih dejavnosti in okolju prijazne mobilnosti.

Ključne besede: trajnostna mobilnost, Alpe, Werfenweng, Bohinj, Alpski biseri.

ABSTRACT

Sustainable mobility in the Alps

The Alps are the second most popular tourism area in Europe, and in many Alpine areas each year millions of visits by tourists travelling by car exceed the carrying capacity of these areas, which in turn decreases the quality of the visitor experience. This was one of the reasons for introducing innovative approaches for sustainable mobility. The second reason was to improve the development of sustainable tourism and achieve a competitive advantage on the tourism market. The Alpine Pearls tourism network is the largest Alpine network developing sustainable mobility as part of the tourist package, in which members offer sustainable mobility as an important element of the activities offered to tourists.

Key words: sustainable mobility, the Alps, Werfenweng, Bohinj, Alpine Pearls.

V zadnjem stoletju so tudi Alpe doživele velike spremembe. Od periferne regije z redkimi središči so se preobrazile v drugo največje turistično območje v Evropi, kamor se vsako leto tako pozimi kot poleti na krajše ali daljše počitnice odpravi na milijone turistov z vsega sveta. To je nekaterim alpskim gorskim regijam omogočilo na eni strani nesluten razvoj, dvig življenjske ravni in blaginjo, na drugi pa je povečan obisk povzročil dodatne okoljske pritiske na že tako ranljivo gorsko pokrajino. Poleg turističnega območja so Alpe tudi prostor pridobivanja energije, prostor kakovostnih vodnih virov tako za tehnološko in kmetijsko vodo kot tudi oskrbo s pitno vodo, obširni gorski gozdovi pa imajo poleg varovalne in ekosistemske vloge tudi gospodarski in energetski pomen.

Zato so vse glasnejša opozorila, da je Alpe treba razvijati trajnostno. Zlasti promet je postal ena od bolj problematičnih dejavnosti v Alpah, saj zavzema veliko prostora, povzroča hrup, onesnažuje zrak in ima ob tem pomemben delež pri izpušnih toplogrednih plinov. Marsikje povzroča zelo velike pritiske na prostor ne le v obliki prometne infrastrukture, ampak tudi v obliki mirujočega prometa. Promet, ki ga povzroča turizem kot osrednja gospodarska dejavnost v Alpah, marsikje postaja neznosen in moteč, ponekod celo do te mere, da zmanjšuje doživljajsko vrednost prostora in kakovost turistične ponudbe. Zato so si marsikje v Alpah začeli prizadevati za zmanjšanje prometnih obremenitev na turističnih območjih. Pojavili so se koncepti umirjanja prometa, začasnih ali stalnih prometnih zapor, v prostorsko načrtovanje pa so začeli vnašati koncepte trajnostnega prometnega načrtovanja. Prispevek govori o dobrih praksah omrežja Alpski biseri, ki si prizadeva izvajati trajnostno mobilnost kot dodatno ponudbo doživljanja prostega časa v alpskih turističnih krajih.

Pomen mobilnosti v gorskih območjih

Mobilnost v gorskih predelih ima večplastno vlogo. V Sloveniji so mnogi takšni predeli območja razmeroma dobro ohranjene kulturne pokrajine z visoko doživljajsko pestrostjo, kar je zelo pomembno za razvoj turizma; mnogi imajo tudi simbolni pomen. Tekom leta se število prebivalcev na turističnih gorskih območjih lahko močno poveča, kar še posebej velja za viške turistične sezone ter večje kulturne ali športne prireditve. Takrat narastejo tudi pritiski zaradi mobilnosti, prometni tokovi se močno povečajo in zgostijo, pogosto do te mere, da se zmanjša kakovost turističnega doživetja, seveda pa se stopnjujejo tudi okoljski pritiski na prostor in pokrajinske sestavine. Tako kot za zavarovana območja je tudi za gorska značilno, da glede na izvor in funkcijo poznamo več vrst mobilnosti (Ogrin 2011): mobilnost lokalnega prebivalstva, mobilnost obiskovalcev, mobilnost upravljavcev in mobilnost, povezano z oskrbo.

Na gorskih turističnih območjih so največja kolebanja mobilnosti povezana z mobilnostjo obiskovalcev, zato je največ prizadevanj za njeno upravljanje namenjeno prav njej. Pri sprejemanju tovrstnih ukrepov je pomembno, da lahko

Avtorji besedila:

MATEJ OGRIN, dr. geografskih znanosti,
Oddelek za geografijo Filozofske
fakultete Univerze v Ljubljani,
Aškerčeva cesta 2, 1000 Ljubljana
E-pošta: matej.ogrin@ff.uni-lj.si

TANJA VOZELJ, študentka na
Oddelku za geografijo Filozofske
fakultete Univerze v Ljubljani,
Aškerčeva cesta 2, 1000 Ljubljana
e-pošta: vozelj.tanja@gmail.com

KATARINA ŽEMLJA, študentka na
Oddelku za geografijo Filozofske
fakultete Univerze v Ljubljani,
Aškerčeva cesta 2, 1000 Ljubljana
E-pošta: katarina.zemlja@gmail.com

COBISS 1.03 kratki znanstveni prispevek

njihovo korist občutijo tudi domačini in da se z njimi bistveno ne prizadene kakovost njihovega bivanja. Pri izvajanju trajnostne mobilnosti so ponekod v Alpah v zadnjih dveh desetletjih naredili velik korak naprej, pri čemer so se enako misleči kraji združili v prizadevanjih za njeno uresničevanje, prepoznavnost in trženje.

Omrežja trajnostne mobilnosti v Alpah

Na področju trajnostne mobilnosti v Alpah je treba omeniti omrežje Skupnost švicarskih turističnih krajev brez avtomobila (GaST) in omrežje Alpski biseri (Alpine Pearls). Prvo, manjše in starejše, deluje le v Švici in je pionir med turističnimi združenji, ki zagovarjajo trajnostno počitniško filozofijo s ciljem gostu ponuditi višjo doživljajsko vrednost brez motornega prometa (GaST 2016). Drugo, ki je nastalo pozneje ter se nato hitreje krepilo in širilo, v nadaljevanju podrobneje predstavljamo. Gre za omrežje, ki združuje turistične kraje v Alpah, ki so svojo turistično ponudbo povezali s trajnostno mobilnostjo kot dodano vrednostjo. Pobudnik ustanovitve je bilo avstrijsko ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo, okolje in upravljanje z vodami.

Omrežje Alpski biseri se od leta 2006 financira s prispevki občin, njegovih članic. Vsaka članica prispeva letno članarino 12.000 evrov. Denar se steka v skupni proračun, s katerim potem financirajo promocijo Alpskih biserov, medijske dogodke in druge dejavnosti. Partnerji, s katerimi že tradicionalno sodelujejo, so na primer Nemške in Avstrijske železnice (DBB in ÖBB). Sodelovanje večinoma pote-



Slika 1: Javni prevoz ima lahko tudi vlogo promotorja varstva narave, kar s pridom izkoriščajo v Triglavskem narodnem parku (vir: Turizem Bohinj).

ka na področju oglaševanja in promocijske dejavnosti (Project ... 2013).

V združenju Alpski biseri trajnostni turizem pojmujejo kot kombinacijo »mehkih« turističnih dejavnosti in

Slika 2: V Werfenwengu je zaščitni znak mehke mobilnosti pisan metulj (foto: Matej Ogrin).



okolju prijazne mobilnosti. To vključuje dva vidika. Prvi je potovanje do kraja samega, najbolje z avtobusom ali vlakom, s čimer se izognejo nepotrebnim prevoženim kilometrom z avtom ali letalom. Drugi vidik se tiče mobilnosti na sami lokaciji. Goste želijo odvrniti od uporabe avtomobila na dopustu in jih pripraviti do uporabe drugih prometnih sredstev: avtobusov, kombijev, kočij, koles ... Združenje prvenstveno promovira trajnostno mobilnost, vendar so poudarjeni tudi drugi vidiki trajnostnega razvoja. Njegove članice menijo, da goste privablja celoten paket ponudbe oziroma široka paleta storitev, ki jih ponujajo, ne le trajnostna mobilnost. Bolj kot na zimsko sezono se osredotočajo na poletno, saj morajo pozimi na mnogih smučiščih izdelovati umetni sneg, za kar potrebujejo velike količine vode in energije, zato je v zimskem turizmu težje ravnati trajnostno. Alpski biseri sami po sebi ne oglašujejo alpskega

Preglednica 1: Članice in kriteriji za sodelovanje v združenjih trajnostne mobilnosti v turizmu (GaST 2016; Brandauer 2016).

članice (leto 2017)		kriteriji za članstvo v združenju	leto ustanovitve
GaST	Braunwald, Bettmeralp, Mürren, Riederalp, Rigi, Saas-Fee, Stoos, Wengen in Zermatt (vsi v Švici)	Dobra povezanost s sredstvi javnega potniškega prometa, svojim gostom za dostop priporočajo uporabo javnega prometa. Zaveza k zmanjšanju prometa na cestah, zato gostje uživajo boljše kakovost zraka in svobodo premikanja. Aktivna prizadevanja za prijetno turistično vzdušje in značaj krajev brez prometnega stresa. Prizadevanja za omejevanje avtomobilske mobilnosti v samem naselju. Promocija svobode premikanja v naravnih okoljih. Tako območja in naselja brez avtomobila postanejo zanimivi prostori rekreacije in doživljanja prostega časa, kjer si gostje lahko odpočijejo.	1988
Alpski biseri	Švica: Arosa, Disentis/Mustér Interlaken, Les Diablerets; Nemčija: Bad Reichenhall, Berchtesgaden; Slovenija: Bled, Bohinj; Italija: Ceresole Reale, Chamois - La Magdeleine, Cogne, Forni di Sopra, Funes/ Villnöß, Limone Piemonte, Malles Venosta/ Mals im Vinschgau, Moena, Moso in Passiria/ Moos im Paretier, Racines/Ratchhings, Tires/Tiers, Valdidentro; Avstrija: Belo jezero, Hinterstoder, Mallnitz, Neukirchen am Großvenediger, Werfenweng. Francija: Val Cenis Termignon	Okolju prijazno počitnikovanje; dostopnost z javnim potniškim prometom oziroma na okolju prijazen način; v ponudbi dopust s prijazno in mehko mobilnostjo; dostopnost izletniških točk na območju kraja brez avtomobila; uporaba alternativnih virov energije; trajnostna mobilnost ni le oblika mobilnosti, pač pa del turistične ponudbe (zabave); popoln servis mobilnosti v smislu informacijske dostopnosti o vozniških redih prometnih sredstev v kraju in regiji; svobodno gibanje pešcev; ponudba posebnih počitniških paketov v okviru omrežja Alpskih biserov.	2006

smučanja, pač pa druge zimske aktivnosti, denimo krpljanje, tek na smučeh, vožnjo s pasjo vprego, drsanje ... Od leta 2006 je združenje razvilo zelo močno blagovno znamko, pod katero se tržijo vse članice. Prav tako pomaga pri promociji trajnostne mobilnosti med lokalnim prebivalstvom.

Zaradi inovativnega pristopa izvajanja trajnostnega turizma in skupnih prizadevanj za zmanjševanje vplivov na okolje, naravo in podnebne spremembe je omrežje prejelo več mednarodnih nagrad. Leta 2007 je prejelo nagrado Climate Star, ki se podeljuje

na področju trajnostne mobilnosti in zaščite podnebja, leto pozneje pa nagrado Avstrijskega Prometnega Kluba (VCÖ) zaradi spodbude okoljsko trajnostne, socialno ustrezne in gospodarsko učinkovite mobilnosti (Alps mobility II 2009). Leta 2011 so Alpski biseri dobili nagrado Tourism for Tomorrow združenja World Travel & Tourism Council, ki si prizadeva za potovanja kot pravico in svoboščino vsakega posameznika, gospodarsko rast na račun turizma z ustvarjanjem novih delovnih mest v lokalnih skupnostih ter trajnostno rast in razvoj (WTTC 2014).

Koncept trajnostne mobilnosti v Werfenwengu in Bohinju

Werfenweng je avstrijska občina in naselje na nadmorski višini 900 m, z okrog 980 prebivalci. Je približno 5 km oddaljeno od Turske avtoceste. Leži 45 km južno od Salzburga, ob vznožju gorovja Tennengebirge, ki spada v Severne apneniške Alpe. V občini se kar približno 100 podjetij ukvarja s turizmom, v njej je 2000 turističnih postelj, 60.000 gostov pa letno ustvari 260.000 nočitev (preglednica 2), pri čemer je razporeditev med letno in zimsko sezono približno enakomerna (Brandauer 2016).



Slika 3: Članice Alpskih biserov (vir: Brandauer 2016).

Leta 1994 se je Werfenweng znašel na razpotju, saj s svojim smučiščem in obstoječo ponudbo ni zmožal konkurirati okoliškim turističnim krajem. Na občini so organizirali delavnico, kjer so se soočili z izzivi vizije za prihodnost. Udeležencem je bilo zgled švicarsko mesto Zermatt, kot območje brez avtomobila. Vendar so ugotovili, da primer Zermatta pri njih ne bi uspel, zato so bili primorani razviti lasten koncept urejanja mobilnosti. Leta 1995 so se kot pilotno območje turizma brez avtomobila prijavi na državni projekt. Ideja se je razvijala počasi, izvajalci projekta so vseskozi tesno sodelovali z lokalnim prebivalstvom in turističnimi ponudniki v kraju. Potrebno je treba, da so bili lokalni prebivalci sprva izjemno skeptični do ideje o turizmu brez avtomobila, saj so njihovi turisti večinoma prihajali iz Nemčije, kjer je prebivalstvo močno navezano na avtomobile (Brandauer 2014). V okviru progra-

ma INTERREG III so začeli s projektom Alps Mobility II – Alpine Pearls, katerega bistvo je bilo ustanoviti omrežje alpskih turističnih krajev, kjer bo trajnostna mobilnost prepoznana kot turizmu dodana vrednost. V ta namen so združevali manjša in dotlej neuveljavljena turistična središča.

Začetki prvih ukrepov mehke mobilnosti v kraju segajo v leto 1995, leta 2000 pa so v turistično ponudbo vpekljali kartico SAMO Card, kar pomeni kartica mehke mobilnosti (SAMO je skrajšano za Sanfte Mobilität v pomenu 'mehka mobilnost'). Prejme jo vsak gost, ki Werfenweng obišče

Slika 4: »E-lois« oziroma taksi na električni pogon (vir: Brandauer 2016).



z javnim potniškim prometom. Pripada tudi gostom, ki v kraj prispejo z avtomobilom in se odločijo, da na recepciji simbolično pustijo ključne svojega vozila. S kartico obiskovalcu nudijo številne brezplačne storitve s področja mobilnosti (preglednica 3), s ciljem, da gostom ponudijo primerljivo stopnjo mobilnosti ne le na trajnosten, pač pa tudi zabaven način, saj je mobilnost pomemben del doživetja Werfenwenga. Zaradi tega ima Werfenweng odlične železniške in avtobusne povezave. Je tudi zadnje naselje v dolini, saj stoji v zatrepu doline in skozenj ni tranzitnega prometa, ves ostali promet pa zlahka nadzirajo in usmerjajo (Brandauer 2014).

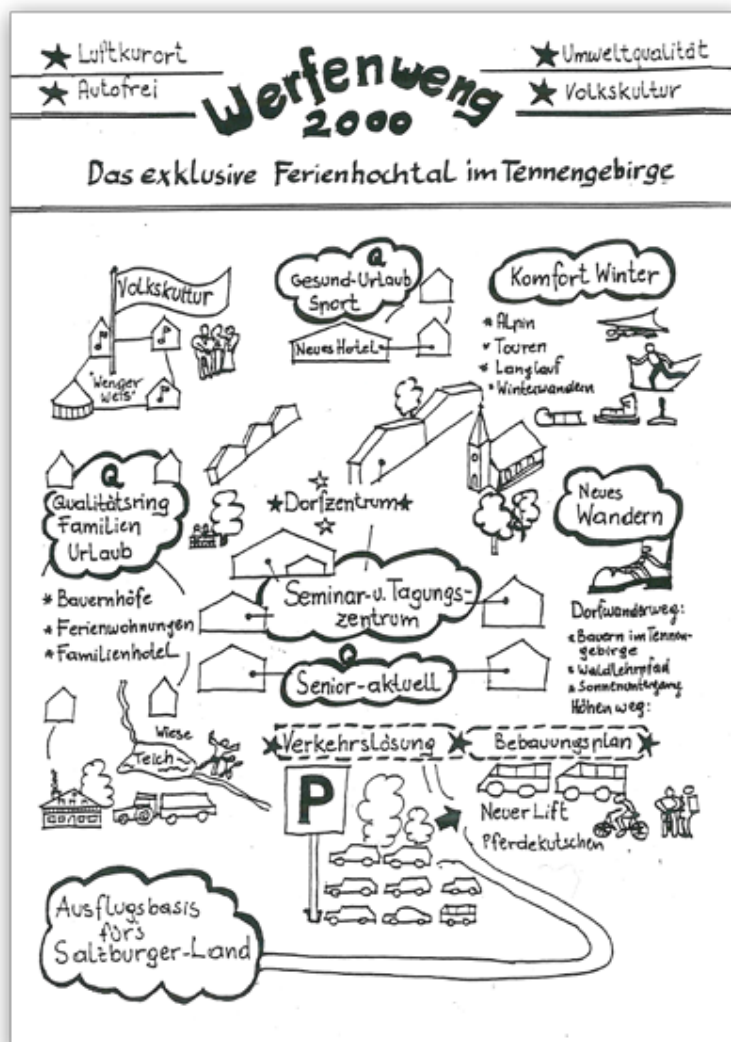
Danes je prebivalstvo občine Werfenweng narašča, saj mladi ostajajo v domačem naselju. Vsak novi priseljenec dobi tudi tako imenovani »paket dobrodošlice«, to je možnost uporabe mehke mobilnosti, s čimer se kaže usmeritev občine, da dobrobiti mehke mobilnosti niso namenjene le gostom, pač pa tudi domačinom. Leta 2014 je bilo kar 280 gospodinjstev vključenih v ponudbo SAMO za domačine. S tem občinska oblast domačine spodbuja, naj otroke v šolo in vrtec pospremiijo peš in ne odpeljejo z avtomobilom, ali uporabljajo javni promet, saj prav vsak avto manj na ulicah naselja utrjuje podobo Werfenwenga navzven. V zameno prejmejo ugodnosti pri vozovnicah v javnem prometu, popuste pri uporabi tako imenovane »Fun mobility«, v okviru skupnosti pa lahko prebivalci podajo mnenja in predloge za nadaljnje izboljšave (Brandauer 2014). Werfenweng se

je sprva tržil kot smučarski turistični kraj, zdaj pa ponujajo široko paleto zimskih in poletnih dejavnosti, tako da ga obiskujejo raznovrstni gostje, ne le smučarji. Poletna sezona večinoma temelji na pohodništvu in izletih v bližnji Salzburg (Brandauer 2014).

Seveda se pri predstavitvi koncepta mehke mobilnosti zastavlja vprašanje finančne vzdržnosti take ponudbe.

Brezplačno ponudbo v okviru koncepta mehke mobilnosti financirajo ponudniki storitev, ki v ta namen prispevajo 1,4 evra na nočitev. V paket mehke mobilnosti v Werfenwengu je vključenih kar 45 hotelov. Največji med njimi, zgrajen leta 2012 ter s 400 ležišči in 80 zaposlenimi, ki je nosilec ponudbe mehke mobilnosti, je v nemški lasti, ostali lokalni ponudniki prenočišč pa so večinoma družinska podjetja (Brandauer 2014).

Slika 5: Shema vizije Werfenwenga leta 2000, kot je bila oblikovana na lokalni delavnici o prihodnosti kraja leta 1994 (Vir: Brandauer 2016).



Preglednica 2: Število nočitev v Werfenwengu od leta 2000 dalje (Brandauer 2014).

leto	število nočitev
2000 (uvredba kartice SAM0)	170.069
2002	211.703
2005	207.691
2010	194.303
2013	262.045

15 let od uvedbe koncepta mehke mobilnosti je očitno, da je sprememba turistične ponudbe ter celotne filozofije turistične in gospodarske dejavnosti prinesla napredek in pozitivne spremembe. Pridobili so vsi, tako go-

sti, lokalno gospodarstvo in lokalno prebivalstvo kot tudi okolje in narava Werfenwenga. Leta 2000, ob uvedbi koncepta mehke mobilnosti, so zabeležili okrog 170.000 nočitev, leta 2002 je število skorajda doseglo 212.000, leta 2010, v času gospodarske krize, je nazadovalo na dobrih 194.000, nato pa je z zgraditvijo novega hotela leta 2013 naraslo na dobrih 262.000. V kraj prihajajo vedno novi gosti, povečala se je dodana vrednost turistične storitve, ob tem pa zmanjšala sezonskost turistične ponudbe.

Število delovnih mest v kraju je naraslo, kar mnogim omogoča delo v lokalnem okolju. Sem spada tudi pridelava

pridelkov in izdelkov ter njihova prodaja gostom v lokalni trgovini. Močno sta se okrepili lokalna identiteta in samopodoba, k čemur je pripomoglo več kot 15 domačih in mednarodnih nagrad, ki jih je v zadnjih 20-ih letih prejel koncept mehke mobilnosti Werfenwenga. Kraj je postal tudi modelno območje za ekoturizem v Avstriji, kar se odraža tudi v več kot 30-ih strokovnih vodenjih po njem s predstavitvijo temeljnega koncepta. S spremembo načina prihodov in mobilnosti gostov v času bivanja koncept mehke mobilnosti omogoča prihranek 400 ton izpustov ogljikovega dioksida letno, že vsak četrti gost pa v Werfenweng pride z vlakom (Brandauer 2016).

Slika 6: V Bohinju k celostni podobi trajnostnega razvoja prispeva pestra paleta ukrepov in prireditev. Mednarodni festival planinskega cvetja in kolesarjenje imata stičišče v spoštovanju narave in globljem doživljanju gorske pokrajine (foto: Turizem Bohinj 2016).



V prihodnosti pred naseljem načrtujejo veliko parkirišče, ki bo prestreglo večino vozil, namenjenih v naselje, tako da bo to v največji možni meri razbremenjeno osebnih avtomobilov. Od tam bo v naselje vodila sprehajalna pot. Razmišljajo tudi o uvedbi SAMO kartice za dnevne obiskovalce, a so predvsem gostinci glede tega skeptični, saj jim ni povsem jasno, kako naj bi svoje stranke prepričali, da se poslužujejo mehke mobilnosti (Brandauer 2014).

Ukrepi za uvajanje trajnostne mobilnosti v Bohinju

Tudi Bohinj oziroma njegovi Zgornja in Spodnja Bohinjska dolina se v poletnih in zimskih viških turistične sezone srečujeta z velikimi prometnimi obremenitvami, ki že povzročajo slabšo kakovost turističnega doživetja območja, hkrati pa to povzroča obilo slabe volje ter konflikte med domačini, upravljalci in obiskovalci.

Zato so si že pred leti začeli prizadevati za umiritev ter ureditev prometa in zdaj občina Bohinj v slovenskem merilu brez dvoma sodi v sam vrh glede uvajanja trajnostne mobilnosti kot podpore turizmu. V zadnjih letih so s programskim delom in jasno zastavljenimi izhodišči vzpostavili sistem ukrepov s področja trajnostne mobilnosti, ki poskušajo omiliti prometno obremenjenost ter izboljšati kakovost turistične ponudbe.

Že leta 2006 so pripravili Program razvoja turizma v Bohinju za obdobje 2006–2013. V njem so predvideli konkretne ukrepe za izvajanje trajnostne mobilnosti v turizmu. Verjetno najpomembnejša je bila odločitev o



Slika 7: Bohinjske ceste na različnih območjih prometnih režimov (vir: CIPRA Slovenija; Mlekuž Consulting 2009).

izgradnji 12 km dolge kolesarske steze na relaciji Bohinjska Bistrica–Srednja vas. Leta 2009 so občine Kranjska Gora, Bohinj in Bovec pristopile k projektu umirjanja in urejanja prometa v Julijskih Alpah. Z njim so se dolgoročno zavezale, da bodo težile k uveljavljanju trajnostne mobilnosti.

V Bohinju so oblikovali tri območja prometnih režimov, ki jih bodo dolgoročno skušali uveljaviti na posame-

znem območju. Za prvo območje, ki zavzema območje Triglavskega narodnega parka (TNP), je značilno, da je zelo občutljivo, da ne prenaša obremenitev masovnega turizma in je zato nujno treba zmanjšati njegove prometne obremenitve. Problem je toliko večji, ker je prav to območje v visoki sezoni (julij in avgust) najbolj izpostavljeno turističnim pritiskom. Drugo območje je zunaj območja TNP, zanj je značilna razpršena poselitev,

Slika 8: Kartica gost Bohinja sledi uspešnim zgledom iz Avstrije. (Vir: Turizem Bohinj).



in, čeprav je pomembno za turizem, v njem potekajo tudi vsakodnevne dejavnosti tamkaj živečega prebivalstva. Na njem je v visoki sezoni treba omejevati prometne obremenitve, saj promet pomembno zmanjšuje kakovost turističnega doživetja, povzroča pa tudi konflikte med obiskovalci in domačini. Zlasti je pereč mirujoči promet, ki je povezan s parkiranjem. Tretje območje je območje urbanizacije in na njem se ne načrtuje nobenih ukrepov zmanjševanja prometnih obremenitev.

Tej študiji je sledila študija možnosti

zmanjšanja in organizacije prometa v TNP, ki je med drugim predstavila načrt zmanjševanja prometnih obremenitev v TNP do leta 2030. Čeprav območje TNP presega območje Bohinja, ima Bohinj, kot največje vstopno območje vanj, nanj velik vpliv, velja pa tudi obratno. Na osrednjem območju TNP naj bi se v obdobju 2010–2030 število parkirnih mest s 1460 zmanjšalo na 590, na robnem območju s 359 na 215, medtem ko naj bi se zunaj TNP število parkirnih mest z 851 povečalo na kar 2371 (Guzelj in Zagonec 2010). Zavezanost k trajnostni mobilnosti pa kaže tudi njena vključi-

tev v občinski prostorski načrt, ki je bil sprejet leta 2016. Zaveze k trajnostni mobilnosti so vključene tako med infrastrukturnimi prioritetami (člen 14) kot tudi v zasnovi prostorskega razvoja občine (člen 15) in v konceptu razvoja Bohinjske Bistrice (člen 39) (Odlok o Občinskem ... 2016).

Obenem z načrti prometne ureditve so pristopili tudi h konkretnim ukrepom umirjanja in urejanja prometa. Podobno kot na številnih drugih turističnih območjih so tudi v Bohinju že leta 1998 za svoje goste uvedli posebno kartico ugodnosti

Preglednica 3: Primerjava kartic ugodnosti v Werfenwengu in Bohinju (Brandauer 2014; Kartica gost Bohinja 2014).

Werfenweng – SAMO Card	Bohinj – Gost Bohinja*
Uporaba »Werfenweng shuttla«, ki vsaki dve uri vozi s postaje Bischofshofen do Werfenwenga in nazaj. V ponudbo javnega prometa spadajo tudi prevozi z lokalnim taksijem E-lois, ki vozi tudi ponoči;	Brezplačna vožnja z ladjama Bohinj in Zlatorog;
najem vozila na biogorivo;	brezplačni najem električnih koles;
najem električnega vozila za štiri osebe;	brezplačni prevozi z avtobusi Alpetour po Bohinju;
Najem zanimivih dvo- ali večkolesnikov kot del ponudbe FUN MOBILITY;	brezplačni poletni avtobus na Pokljuko;
najem gorskih koles;	50 % popust na avtobusno vozovnico Potovalne agencije Alpetour iz občine Bohinj do vseh postajališč na relaciji do Ljubljane in v obratni smeri.
enodnevni izleti do skakalnice v Bischofshofnu, Velikih ledenih jam, Salzburga in trdnjave Hohenwerfen;	50 % popust na ceno vozovnice za vlak na relaciji Ljubljana–Jesenice–Bohinjska Bistrica–Most na Soči–Nova Gorica, in obratno.
plavanje v jezeru, ki je urejeno v kopališče;	20 % popust na povratno vožnjo z nihalko na Vogel za individualne goste;
vođeni pohodi po okoliških tematskih poteh;	20 % popust na razne aktivnosti v Bohinju (rafting, soteskanje, bowling, otroške delavnice, kolesarski izleti, lokostrelstvo, izposoja koles, izposoja kanujev in kajakov).
uporaba zimskega Ski Busa in kabinske žičnice;	10 % popust na ceno izleta z Muzejskim vlakom po Bohinjski progi;
najem tekaške in smučarske opreme, drsalk in brezplačne vstopnine;	5 % popust na ceno vozovnice za avtovlak na relaciji Bohinjska Bistrica–Most na Soči–Nova Gorica, in obratno.
vožnja s kočijo na saneh, pohod z lamami.	50 % popust pri nakupu kartice za lastnike električnih avtomobilov.

* Ponudba se iz sezone v sezono spreminja.

Gost Bohinja, seveda takrat s še precej skromnejšim in drugačnim naborom ugodnosti. Kartica, ki se je pozneje preimenovala v kartico mobilnosti, omogoča obiskovalcem Bohinja, ki tam ostanejo vsaj dve noči, številne ugodnosti pri preživljanju prostega časa, čeprav je primarno namenjena spodbujanju mehke mobilnosti. Velja za obdobje od 1. aprila do 31. oktobra. Kartica je plačljiva, od leta 2009 je na razpolago tudi cenejša kartica za tiste goste, ki pridejo brez svojega avtomobila, na voljo pa je tudi družinska kartica. Vsebina ugodnosti se z leti spreminja, seznam ugodnosti iz leta 2014 je naveden v preglednici 3. Financiranje celotnega koncepta trajnostne mobilnosti v Bohinju še ne sle-

di zgledu iz Werfenwenga, saj lokalni ponudniki ne odvajajo določenega deleža prihodkov od nočitev, kar je v primerjavi z Werfenwengom precejšnja pomanjkljivost.

Poleg ugodnosti v okviru kartice Gost Bohinja so v Bohinju sprejeli nabor ukrepov urejanja in umirjanja prometa, ki se ne navezujejo le na goste oziroma imetnike kartice ugodnosti. Ukrepi se nanašajo na javni promet ter promocijske aktivnosti in so navedeni v preglednici 4.

Preglednica 3 nam razkriva, da je število ugodnosti v Werfenwengu in Bohinju enako (11). Vseeno opazimo razliko, saj se ugodnosti v Bohinju

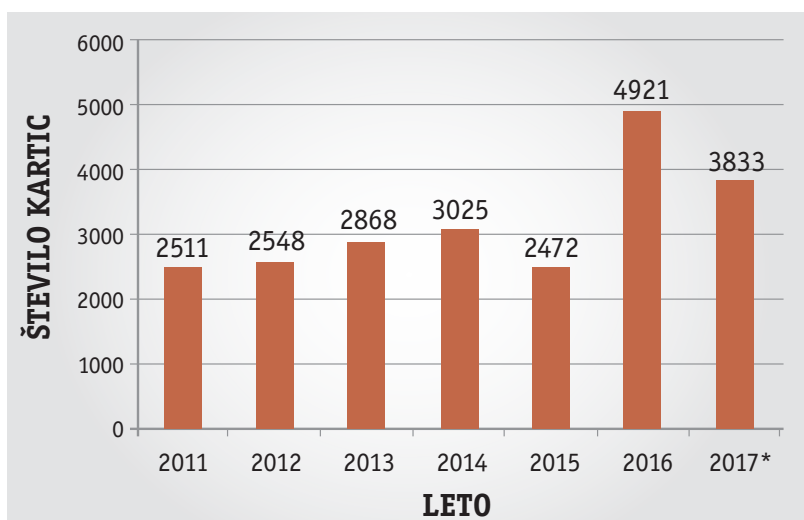
nanašajo tudi na daljše povezave in segajo vse do Ljubljane, vključen je tudi železniški promet.

Za Bohinj smo pridobili podatke o številu prodanih kartic mobilnosti (slika 9). Ti nam razkrivajo, da se je število prodanih kartic v obdobju 2011–2016 skoraj podvojilo, leta 2017 (na razpolago so le podatki od januarja do septembra) pa je prišlo do opaznega nazadovanja. Čeprav za leto 2017 podatki niso popolni, se običajno oktobra proda zelo malo kartic (leta 2015 20, leto pozneje pa 112), nakar do konca leta kartica ne velja več. Podatek o prodanih karticah je še zgovornejši ob upoštevanju, kolikšen delež gostov je vključenih v program ugodnosti. Na razpolago so le podatki od leta 2015 dalje, ki pokažejo, da je bilo leta 2015 vanj vključenih 1,97 % gostov, leta 2016 3,46 %, leta 2017 pa 2,48 %. Vidimo, da je delež gostov, ki se poslužuje ugodnosti trajnostne mobilnosti v Bohinju še vedno precej majhen, kar kaže, da si Bohinj med gosti, ki cenijo in iščejo tovrstno ponudbo, še vedno ni ustvaril zelenega slovesa.

Območji Werfenwenga in Bohinja sta neposredno sicer težko primerljivi, saj Bohinj niti ni naselje. Je precej prostrano območje, ki združuje več naselij in tudi večje neposeljeno ozemlje, pri čemer je v primerjavo vključen le njegov poseljen del, torej vasi Spodnje in Zgornje Bohinjske doline. To območje je v primerjavi z Werfenwengom precej večje in precej bolj razpršeno poseljeno, zato so tudi njegove mobilnostne potrebe drugačne. Zaradi tega je koncept, kot ga ima Werfenweng, kjer so

Preglednica 4: Nabor drugih ukrepov/aktivnosti za izvajanje trajnostne mobilnosti v Bohinju po področjih (Bohinj za ... 2016; Leban 2010; Vozni redi v Julijskih Alpah 2010; Zeleni vikend v Bohinju ... 2015).

področje	ukrep/aktivnost
javni potniški promet	povezava s Pokljuko;
	povezava do slapu Savica;
	povezava smučanja in javnega prometa (BohinjSki vlak, Ski bus);
	prenova gondolske žičnice;
	vlak Julijske Alpe: posebna povezava Nove Gorice z Jesenicami in Ljubljano z namenom povečati obisk regije z vlakom;
	vozniki redi v Alpah: sodelovanje in podpora pri pripravi voznih redov za gorska turistična središča;
promocijske aktivnosti	Pogodba med Turizmom Bohinj in Slovenskimi železnicami o sodelovanju pri podpori trajnostne mobilnosti.
	Zeleni vikend v Bohinju: Akcija je izvirno namenjena čiščenju okolice, k njej pa so povabljeni vsi. Gosti, ki se v ta namen pripeljejo v Bohinj z vlakom in se udeležijo vsaj enega od organiziranih dogodkov, namenjenih čiščenju okolice, dobijo v zameno brezplačno ali pol cenejšo nočitev za ves vikend.
	Slogan trajnostne mobilnosti: S sloganom Bodi kul, bodi mobilen, v Bohinju uporabljaj javni prevoz promovirajo uporabo javnih prevoznih sredstev. Na ta način obiskovalcu sporočajo usmerjenost turističnih prizadevanj in naravnost v trajnostno mobilnost.



Slika 9: Število prodanih kartic mobilnosti v Bohinju (Vir podatkov: Turizem Bohinj). * Podatki so na voljo le do septembra 2017

vse aktivnosti osredinjene na eno samo naselje, v Bohinju neizvedljiv. Obstaja pa še ena bistvena razlika med Bohinjem in Werfenwengom. Werfenweng je na turističnem zemljevidu že dobro uveljavljeno ime trajnostne turistične mobilnosti, zato ima temu primerno strukturo gostov, ki iščejo ponudbo, ki jo ponuja prav njihov koncept. Tam je vse več tudi gostov, ki pričakujejo, da

v naselju ne bo avtomobilov oziroma si želijo, da se avtomobile odstrani iz naselja. Lahko celo rečemo, da gostje narekujejo usmeritev. Gre za nišo, ki jo je Werfenwengu uspelo uveljaviti na trgu turističnih storitev v 15-ih letih. Za Bohinj tega seveda ne moremo reči, saj marsikateri gost v Bohinju ne le, da ne pozna vseh prizadevanj v smeri turistične mobilnosti, pač pa jih

niti ne potrebuje, niti ne prepozna kot pomembne. Marsikomu se najbrž zdi jo celo odveč.

Za uspeh koncepta in dvig prepoznavnosti na področju uvajanja trajnostne mobilnosti je zelo pomembna tudi zavezanost turističnih ponudnikov. V Werfenwengu je vključenost turističnih ponudnikov v koncept SAMO visoka in dosega več kot 50 % gostov, medtem ko so v Bohinju glede tega še skoraj na začetku, saj kot smo videli, vpetost gostov doseže le okrog 3 %. O številu ponudnikov, ki so vključeni v promocijo, pa nimamo podatkov. V Bohinju je za uspešno uveljavitev koncepta trajnostne mobilnosti v ponudbo nujno treba vključiti turistične operaterje in zlasti lokalne ponudnike, kar ni niti lahko, niti kratkotrajno delo. A tako kot vsa ostala območja, mora tudi Bohinj poiskati lastno pot izvajanja in uveljavljanja turistične trajnostne mobilnosti. Znano je reklo »bolje kapirati, kot kopirati«. Posnemanje vzorcev brez

Slika 10: Avtobus pod tržno oznako Hop-on Hop-off, povezuje Bohinj s Pokljuko. (Vir: Turizem Bohinj),



upoštevanja geografsko-zgodovinsko-socialnih značilnosti določenega območja pogosto ne prinese zadovoljivih rezultatov. A dogodki, povezani s turistično preobremenjenostjo Bohinja v poletni sezoni 2017 kažejo, da je bilo razmišljanje o umirjanju prometa pred več kot 10 leti vizionarsko in za kakovostno ter v trajnostni razvoj usmerjeno turistično ponudbo nujno, zato ga je treba udejanjiti in ob tem nenehno nadgrajevati.

Sklep

V Alpah poznamo dve združenji, ki združujeta turistične kraje, kjer gojijo trajnostno mobilnost kot del turistične ponudbe. Združenje švicarskih turističnih krajev brez avtomobila deluje le v Švici, Alpski biseri pa v

celotnem alpskem prostoru. Občina Werfenweng je gonilo Alpskih biserov in si je tako v alpskem kot svetovnem merilu ustvarila prepoznavnost, hkrati pa je s konceptom mehke mobilnosti od leta 2000 preobrnila gospodarske kazalce. V praksi namreč dokazuje, da z inovativnimi pristopi podprto izvajanje trajnostnega razvoja ni sprto z gospodarskim razvojem. V Sloveniji se je v med Alpske bisere prva vključila občina Bled, ki pa svoje podobe in turistične prepoznavnosti ne gradi na trajnostni mobilnosti. Precej več izkušenj z izvajanjem ukrepov trajnostne mobilnosti tako za potrebe turizma kot tudi sicer ima občina Bohinj, ki je članica Alpskih biserov od leta 2016. V Bohinju pa so se za prehod na trajnostno mobilnost odločili že

leta 2006. Od takrat dalje namreč občinski razvojni dokumenti formalno tlakujejo prehod na trajnostno mobilnost, nato pa jo s konkretnimi ukrepi podpore javnemu prevozu, kolesarjenju, intermodalnosti in ustrezne promocije tudi udejanjajo. Ta pot seveda ni lahka in pogosto se zdi, da traja predolgo in da ne prinaša pravih rezultatov, saj je delež gostov, vključenih v ponudbo trajnostne mobilnosti še vedno zelo majhen. A poletna sezona 2017 je pokazala, kakšen prometni kaos lahko v bližnji prihodnosti doživijo turistična središča, ki ne bodo urejala ter umirjala prometa svojih obiskovalcev, kar vendarle pritrdjuje tamkajšnji podpori trajnostni mobilnosti in zahteva nje-
no čim hitrejšo udejanjanje. 

Viri in literatura

1. Alpski biseri. 2014.
Medmrežje: <https://www.alpine-pearls.com/sl/> (2. 10. 2017).
2. Alps Mobility II - Alpine Pearls, Results of a transnational pilot project for sustainable mobility in alpine tourism. Interreg III B Alpine space programme. 2009.
Medmrežje: http://www.alpine-space.org/uploads/media/AMII_Final_Brochure.pdf (26. 4. 2014).
3. Bohinj za trajnostni turizem/promet. Turizem Bohinj.
Medmrežje: http://www.tnp.si/images/uploads/Turizem_Bohinj_trajnostni_promet.pdf (23. 5. 2016).
4. Brandauer, P. 2014: Trajnostna mobilnost v Werfenwengu. Osebni vir (9. 5. 2014). Werfenweng.)
5. Brandauer, P. 2016: Werfenweng Soft Mobility. PowerPoint predstavitev. Osebni vir (15. 11. 2016).
6. GaST. 2016: Medmrežje: <http://www.auto-frei.ch/index.php/de/gastortschaften> (4. 10. 2016).
7. CIPRA Slovenija 2009: Umirjanje prometa v Julijskih Alpah. Mlekuž Consulting. Ljubljana.
8. Guzelj, T., Zgonec, K. 2010: Študija možnosti zapor v Triglavskem narodnem parku. PNZ svetovanje projektiranje d. o. o. Ljubljana.
9. Kartica gost Bohinja. 2014.
Medmrežje: http://www.bohinj.si/design/uploads/kartica_gost_bohinja.pdf (22. 4. 2014).
10. Leban, C. 2010: Z vlakom Julijske Alpe v zeleno prihodnost. Gore-ljudje.
Medmrežje: <http://www.gore-ljudje.net/informacije/57605/> (23. 5. 2016).
11. Odlok o Občinskem prostorskem načrtu občine Bohinj, 2016. Uradni vestnik občine Bohinj.
Medmrežje: http://obcina.bohinj.si/fileadmin/user_upload/Javne_razgnitve/OPN_Bohinj/Odlok_o_Obcinskem_prostorskem_nacrtu_obcine_Bohinj.pdf (10. 10. 2017)
12. Ogrin, M. 2011: Je trajnosten razvoj zavarovanih območij mogoč brez trajnostne mobilnosti? Razvoj zavarovanih območij v Sloveniji. Založba ZRC. Ljubljana, 127–137.
13. Project management for European sustainable development. 2013.
Medmrežje: <http://pm4esd.eu/marketing-is-crucial-for-sustainability/> (25. 4. 2014).
14. Turizem Bohinj 2016:- Arhiv fotografij.
15. Vozni redi v Julijskih Alpah. CIPRA Slovenija. 2010.
Medmrežje: <http://www.cipra.org/sl/CIPRA/cipra-slovenija/novice/z-javnim-prevozov-v-julijske-alpe/vozni-red-v-alpah.pdf> (23. 5. 2016).
16. WTCC. 2014.
Medmrežje: <http://www.wttc.org/tourismfortomorrow/winners-finalists/2011-winners-finalists/alpine-pearls/> (24. 4. 2014).
17. Zeleni vikend v Bohinju. Bohinj Slovenija. 2015.
Medmrežje: http://www.bohinj.si/si/dozivetja/zeleni_vikend (23. 5. 2016).