



# DEDIŠČINA KOT VIR ZA USTVARJANJE TURISTIČNIH DOŽIVETIJ

## HERITAGE AS A SOURCE FOR CREATING UNIQUE EXPERIENCES

**dr. Boža Grafenauer**

Višja strokovna šola za gostinstvo, velnes in turizem Bled  
Bled, Slovenija  
E-pošta/E-mail (boza.grafenauer@vgs-bled.si)

### Izvleček

*Slovenija je turistično vse bolj zanimiva država, turistični biseri, kot so Bled, Piran, Ljubljana in številni drugi, pa se ubadajo z navalom turistov, željnih gostoljubnosti in kakovostnih storitev. Neprestani razvoj novih turističnih konkurenčnih destinacij in odprto izražanje zadovoljstva gostov turističnim destinacijam predstavlja izziv, kako ohraniti svojo konkurenčno prednost na trgu. Odločujoči dejavniki, ki vplivajo na izbor turistične destinacije so danes pristnost, avtentičnost, unikatnost, edinstvena doživetja itd. Zato bo v članku na primeru turističnih namestitev, predvsem pa turističnih kmetij, predstavljeno kako je lahko dediščina vir za oblikovanje edinstvenih doživetij, konkurenčne prednosti in lastne razpoznavnosti med ponudniki enakih nastanitvev. Prikazano bo kako graditi svojo specifičnost, prepoznavnost, gostoljubnost in edinstvenost na različnih dediščinah in iz nje izpeljanih zgodbah.*

*Ključne besede: dediščina, turistične nastanitve, turizem na kmetiji...*

### Abstract

*Slovenia is more and more interesting for tourists, and tourist pearls, such as Bled, Piran, Ljubljana and numerous others are facing the problem of the rush of tourists who expect hospitality and quality services. Continuous development of new competitive tourist destinations and open expressing of tourist satisfaction, is a challenge for tourist destinations which want to keep their competitive advantage on the market. A decisive factor which affects the selection of a tourist destination is authenticity, uniqueness, unique experiences, etc. In this paper, I will discuss a case of tourist accommodation where heritage can be a source for creating unique experiences, competitive advantages and identity among the providers of the same accommodation. I will show how to create own specificity, recognisability, hospitality and uniqueness on the basis of various heritage and stories, deducted from it.*

*Key words: heritage, tourist accommodation, tourism at a farm*



## 1 UVOD

Raznolikost, pestrost in unikatnost so nedvomno termini s katerimi Slovenijo opisuje številni gostje, ki jih je iz leta v leto več. Statistični podatki SURS-a za tekoče in prejšnje leto nedvomno kažejo na še eno izjemno turistično leto v Sloveniji. Število prihodov in prenočitev raste, v letu 2018 smo zabeležili 15,6 milijona turističnih prenočitev (STO 2018).

Zaveza vseh akterjev v turizmu je Slovenijo peljati po poti "zelene butične globalne destinacije za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi" (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021, 2017). Zahteven obiskovalec potem takem pričakuje tudi butične, »top« izkušnje, edinstvene, avtentične zgodbe in tematska doživetja.

Povsem jasno je, da samo neokrnjena, lepa narava, svež zrak, bližina jezera, ponujena kolesa, mir in prijaznost gostiteljev niso več dovolj za izbor določene turistične destinacije in nastanitve v njej. Tako se vsi akterji v turizmu znajdejo pred izzivom kako zadovoljiti pričakovanja gostov in ohranjati svojo konkurenčno pozicijo na globalnem turističnem trgu v času, ki ga označuje hitra rast števila turistov in razvoj novih konkurenčnih turističnih destinacij.

### 1.1 IZHODIŠČA RAZISKOVANJA

Glavni namen članka je tako predstaviti zakaj in kako je lahko dediščina konkurenčna prednost pri oblikovanju butičnih in edinstvenih turističnih namestitev in eden ključnih elementov na katerih lastniki gradijo lastno razpoznavnost, gostje pa se ravno zaradi tega odločijo za njih.

Na primeru nastanitve bo prikazano kako lahko elemente materialne, družbene in duhovne kulture uspešno interpretiramo in vpnemo v sodobna turistična prizadevanja. Ker me bodo zanimale izključno turistične namestitve, znotraj njih pa predvsem turistične kmetije se bom pri prikazu vključevanja zgoraj navedenih elementov dediščine osredotočila le na vsebine, ki se primarno in tudi najbolj očitno povezano z nastanitvami, to so gostoljubnost, ureditev nastanitve, gastronomska ponudba in ponudba doživetij.

Pri raziskovanju sem uporabila metodo opazovanja z udeležbo ter intervju. V mesecu avgustu 2019 sem opravila dva poglobljena intervjuja z nosilko dejavnosti na Turistični kmetiji Pri Kovačniku v Planici nad Framom, Barbaro Štern.

Opravila sem tudi vsebinsko analizo, kako je dediščina kot konkurenčna prednost za izbor nastanitve izkoriščena v zadnjem Katalogu turističnih kmetij Prijazno Podeželje, ki ga je Združenje slovenskih turističnih kmetij izdalo v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo (STO). Na podlagi ugotovitev sem na konkretnih primerih prikazala kako graditi svojo specifičnost, prepoznavnost, gostoljubnost in ponudbo na različnih dediščinah in iz nje izpeljanih zgodbah in kako se vključevanje lastne/družinske/lokalne dediščine v turistično ponudbo vedno »izplača« tako ponudnikom kot gostom.

### 1.1 EDINSTVENOST DOŽIVETIJ

Odločujoči dejavniki, ki vplivajo na izbor turistične destinacije so danes pristnost, avtentičnost,



raznolikost turistične ponudbe, kar pomeni, da gostje iščejo edinstvena doživetja (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021, 2019). Ponudba edinstvenih doživetij je torej tista, ki vpliva na izbor turistične destinacije in določene turistične nastanitve v njej. Od zadovoljstva gostov pa je odvisno ali se bodo vrnili in predvsem ali bodo turistično destinacijo in turistično nastanitev priporočili drugim. Takšno stanje določa sodobno razumevanje gostoljubnosti skozi oči sodobnega turista. Ta namreč ne pričakuje več le prijaznost in nasmeha svojih gostiteljev, temveč predvsem, da mu bo gostitelj znal ponuditi specifična, njim lastna doživetja. Ta pa vključujejo najprej avtentično osnovno ponudbo, ponudbo raznovrstnih storitev in dobro poznavanje ponudbe turistične destinacije. V kontekstu turističnih namestitev bo pod pojmom avtentično razumljena vpetost gosta v specifičen način življenja ponudnika, ki ga določa tip nastanitve.

Edinstvena doživetja v turistični destinaciji oblikujejo ljudje, turistični ponudniki, domačini s pripovedovanjem zgodb o življenju, dediščini in sedanosti. Zato so prav lastniki turističnih nastanitev ključni pri oblikovanju edinstvenih doživetij, ki bodo dosegala oz. presegala gostova pričakovanja, ter s tem k razumevanju glavnih dejavnikov, ki vplivajo na njihovo konkurenčnost in posledično na konkurenčnost celotne turistične destinacije. Seveda pa lahko svojo prepoznavnost z dediščino (območja/kraja/dejavnosti/družine) izkoristimo tudi kadar gradimo svojo ponudbo na sodobnih, inovativnih dejavnostih kot so npr. velnesi ipd.

## **2 DEDIŠČINA KOT KONKURENČNA PREDNOST IN RAZLIKOVALNI ELEMENT MED PONUDNIKI NASTANITEV**

Kaj lahko pričakujemo z izborom določenega tipa turistične nastanitve je določeno s kriteriji za kategorizacijo, ki razvrstijo nastanitvene obrate po vrsti in kakovosti opremljenosti in storitev v različne kakovostne skupine – kategorije, na podlagi katerih se lahko gost odloči za posamezen nivo nastanitve, hotel, motel, penzioni in gostišča, apartma, kampi, sobe, kmetije z nastanitvijo in marine (<https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2018-01-0951?sop=2018-01-0951>).

Kaj pa je tisto, po čemer se posamezni ponudnik istega nivoja turističnih nastanitev razlikuje od vseh ostalih ponudnikov istega nivoja nastavitve? In kako naj bo ravno ta specifična konkurenčna prednost, da bodo obiskovalci izbirali prav določenega ponudnika?

Ravno na tej točki je lahko dediščina ključna konkurenčna prednost pri oblikovanju specifične ponudbe. Če so si vse nastanitve v isti kategoriji podobne po standardih opremljenosti in storitev, se med sabo tudi razlikujejo, in sicer ravno po njihovi vsakokratni edinstvenosti, ki ji lahko sledimo skozi družinsko zgodovino ter umeščenost posamezne namestitve v mikro- in makrookolje. To izhodišče omogoča, da se posamezne namestitve razlikujejo ne le od drugih ponudnikov turističnih storitev, ampak tudi med sabo.

Za lastnike namestitve, ki nagovarja goste z željo po iskanju unikatnosti, edinstvenosti in doživetjih je prav dediščina priložnost, da svojo prepoznavnost gradijo na lastni zgodbi, avtentičnosti. Prav zato je smiselno izpostavljati specifične zgodbe o življenju na specifičnih turističnih nastanitvah, z njihovo dediščino in sedanostjo. S tem, ko goste povabimo v našo turistično nastanitev, jih povabimo k sebi, sprejmemo, da jim bomo odškrnili in pokazali vsaj delček našega vsakdana. Kar se odlično sklada s sodobnimi trendi v turizmu, ko gost išče



pristnost in neponarejenost, avtentičnost, specifičnost in raznolikost.

### 3 DEDIŠČINA KOT ELEMENT ZA OBLIKOVANJE EDINSTVENIH DOŽIVETIJ

Z uradno kategorizacijo torej zagotovimo standarde opremljenosti in storitev turističnih namestitev, z vključevanjem različnih elementov dediščine pa izpostavimo kvaliteto ponudbe, vezano na raznolikost in specifičnost posameznega ponudnika in oblikovanje edinstvenih doživetij.

Ko se sprašujemo, zakaj je dediščina konkurenčna prednost namestitev, se je morda najbolje najprej vprašati, kaj je v določeni turistični namestitvi specifičnega v primerjavi z drugimi turističnimi ponudniki. Torej gre za prostore številnih osebnih zgodb in zgodovin, prostore življenjskih zgodb lastnikov, njihove vpetosti v družino in kraj. Edinstvenost, unikatnost je namreč edina prednost, ki nas razlikuje od vseh ostalih. Obiskovalce zanima dediščina načina življenja lastnikov, ki jo lahko zasledujemo na vseh področjih kulture – od materialne (bivalno okolje, prehrana, spominki, delovni pripomočki,...), družbene (prazniki, druženja, odnosi med družinskimi člani, itd.), kot tudi na področju duhovne kulture (izročilo, kultura plesa, igranja, verovanj, zgodb, itd.).

Na primeru turističnih namestitev bom vključevanje dediščine in oblikovanje specifične ponudbe skozi in z njo omejila zgolj na elemente, ki se neposredno navezujejo na nastanitve, to so gostoljubnost, ureditev namestitve, gastronomska ponudba in ponudba doživetij.

Še posebej sem kot primer dobre prakse izpostavila Turistično kmetijo Pri Kovačniku v Planici nad Framom, kjer po mojih opažanjih in glede na v nadaljevanju predstavljene primere svojo ponudbo, specifičnost, prepoznavnost in torej tudi razlikovalnost gradijo predvsem na lastni avtentičnosti, dediščini in njenih sodobnih pojavnih oblikah. Turistična Kmetija pri Kovačnikih je ena najstarejših turističnih kmetij v okolici Maribora. Svojo prepoznavnost gradijo na močnem izpostavljanju prikaza specifik življenja na kmetiji in družinske dediščine v preteklosti, kar se odraža na področju arhitekture, notranje opreme, kulinarike, dodatne ponudbe.

#### 3.1 GOSTOLJUBNOST

Zelo pomemben kriterij predvsem pri vračanju gostov k istemu ponudniku je pristop lastnikov, ki ga gostje razumejo kot gostoljubnost. Gre za prvi stik gosta z lastnikom nastanitve, v prvi vrsti je to privlačna spletna stran, nato pa nadaljnji stiki kot so prijazen in hiter odgovor na mail ali pa prvi osebni stik. Ravno pri slednjem igra veliko vlogo izkazovanje naklonjenosti gostom z majhnimi presenečenju kot je sprejem gosta s pozdravom iz kuhinje ali npr. šilcem prepoznavne pijače. Pod gostoljubnost so izpostavili tudi darilo v sobi, ki se navezuje na lokalno ali družinsko posebnost (šopek rož iz domačega vrta, domač čaj, domača jajca v hladilniku...), darilo za domov in odzivnost gostitelja (hitro odgovarjanje na maile, zahvala,...).

Točka, ki so jo najbolj izpostavili pa je osebni vtis gosta, da mu je gostitelj pokazal resnično podobo sebe in svojega načina življenja.



*Vse kar ponujamo so naši produkti, vse delamo sami, marmelade, čaji, sirupi, sokovi in pa mesnine. To smo razvili zato, ker so ljudje začeli spraševati po izdelkih za domov. In zato smo to izkoristili, v tem smo videli priložnost in se nam to tudi zelo obrestuje. To ni nobena industrijska proizvodnja, ne gre za velike količine, ampak za butično proizvodnjo in preko tega promoviramo sami sebe. Ti ljudje to vzamejo za darilo in podarijo to drugemu in tako se spet širi glas (Štern 2019, 29.8.2019, intervju).*

### 3.2 NASTANITEV

Področje materialne kulture, je tisto področje, ki ga številni lastniki namestitvev že uspešno vključujejo v svojo ponudbo. Dediščino lahko izkoristimo z izpostavljanjem geografske umeščenosti posamezne nastanitve v naravno okolje, z ohranjanjem stavbne tipike izbranega okolja in s tem povezanih gradbenih materialov, z značilno arhitekturo posamezne namestitve, z izpostavljanjem gospodarske dejavnosti ali grajenjem na njej.

Najboljše rešitve združujejo ohranjenost stavbe in njene notranje opreme z vsebino in usmeritvijo (turistične) ponudbe. Lastni avtentičnosti lahko sledimo tudi z premišljeno notranjo opremo prostorov, pohištvom, stenskim okrasjem....

Primer dobre prakse je Matjaževa domačija na Pahi pri Otočcu, kjer svojo turistično zgodbo gradijo tudi na obnovah stavbne dediščine z uporabo gradbenih materialov in stavbne tipike značilne za območje Dolenjsko. Prav tako svojo ponudbo gradijo na vključenosti dejavnosti značilnih za območje – torej na dediščin vinogradništva in vinarstva. Ponujajo zgodbo cvička, nastanitve v tradicionalnih vinskih hramih – zidanicah, programe temelječe na degustacijah in spoznavanju pridelave vina in značilno kulinariko (Matjaževa domačija 2019).

Tudi notranja oprema nudi številne možnosti za pisanje specifičnih in 5\* zgodb. Poleg pohištva, tako starega kot novega, je to tudi stensko okrasje. Seveda pa lahko del dediščine npr. območja ali dejavnosti v njem, oz. našo osebno dediščino vključujemo tudi v nove vsebinske zgodbe in moderno arhitekturo.

Pri Kovačnikovih so stene polne starih in novih fotografij prednikov in sedanjih lastnikov.

*Slike so ležale v neki škatli in sem se že prvo leto po prihodu odločila, da gredo na stene. Našla sem te okvirje, ki posebnost, saj so ročno rezbarjeni. Če imamo tradicijo se mi zdi prav, da ljudem predstaviš od kod izvira naša družina, zadnje tri generacije in to blazno ljudi zanima, sploh ti začetki, zanima jih kdo smo mi in kdo stoji za to zgodbo. Na slikah je vidno kako se je tudi podoba naša vas spremenila v zadnjih 80 letih, cela vas je bila požgana, že zaradi tega. To so zgodbe, ki jih enostavno ne smeš pozabiti (Štern 2019, 29.8.2019, intervju).*

Slika 1: Na stenah so skozi fotografije in drug slikovni material predstavljeni pomembni dogodki družine Štern.



Vir: Foto Bor Bratož, 2019

### 3.3 GASTRONOMSKA PONUDBA

Pokazalo se je, da je dediščina najbolj uspešno vključena v ponudbo prav na področju gastronomije, kjer opazimo številne dobre prakse in uspešne zgodbe. Tudi lastniki nastanitev kjer ne ponujajo hrane, se vedno bolj uspešno povezujejo znotraj lokalnega okolja s ponudniki hrane in pijače.

V svojo ponudbo vključujejo družinsko kulinarčno dediščino, gastronomske posebnosti kraja, ponudbo prilagodijo geografski umeščenosti in ponujajo lokalno in sezonsko, na drugi strani pa srečamo številne uspešne sodobne interpretacije kulinarčne dediščine.

Slika 2: Na turistični kmetiji Pri Kovačniku prodajajo tudi svoje domače izdelke, marmelade, sokove, čaje...



Vir: foto Bor Bratož, 2019

### 3.4 PONUDBA DOŽIVETIJ

Ustvarjanje doživetij za svoje goste je ključen razlikovalni element pri iskanju svoje avtentičnosti in specifičnosti. Doživetja lahko ustvarjamo na različne načine in z različnimi vsebinami

Številni lastniki v svoje dodatne programe, v večini primerov gre za delavnice (npr. kulinarčne) ali vključevanje gostov v posamezna opravila ali dejavnosti izhajajo iz dveh predpostavk:

- črpajo iz družinske dediščine, iz gospodarskih dejavnosti, iz dediščine kraja ali območja,
- ali pa se odločijo za predstavitev delcev iz svojega načina življenja npr. ljubiteljskih dejavnosti, športnih aktivnosti, hobijev ipd.



Pri Kovačnikih gostom poleg nastanitve ponujajo še kulinarčne delavnice, prodajo izdelkov, zeliščni vrt, sodelovanje pri skrbi za živali na kmetiji.

*Včeraj me je gospa iz Nizozemske vprašala, če mi lahko kaj pomaga v kuhinji in sem seveda rekla da ja, ne moreš tega odklonit. Videla sem, da je mirna, nevsiljiva in sem razmišljala kaj bi ji pripravila, ker je rekla, da bi se rada nekaj naučila. Pa sem šla naredit testo za štrudl pred njo, sva skupaj delali, potem mi je ona nalupila jabolka, pa je bila ful vesela. Je rekla, jaz vedno štrudl kupim, niti sanjalo se mi ni kako se štrudl naredi (Štern 2019, 29.8.2019, intervju).*

Priložnost za ustvarjanje doživetij je tudi vključevanje elementov družbene kulture v turistično ponudbo, npr. posebnosti ob praznikih koledarskega in prazničnega cikla (skrivanje pirhov), razne igre značilne za določen kraj, s kulturo plesa, verovanja. Tudi lokalne mikrozgodbe (npr. o Perkmandeljcu, Petru Klepcu) so možnost za delanje edinstvenih doživetij.

Specifičnosti v načina življenja na posamezni nastanitvi, v njenem mikro in makro okolju gostu oziroma obiskovalcu omogočajo, da presodi, zakaj bi se ustavil raje na eni kot na drugi turistični nastanitvi – saj če vse ponujajo bolj ali manj isto, tj. doživetja, svež zrak in obilje prostora, zakaj ta izbor ne bi bil naključen oziroma povezan predvsem denimo z lokacijo nastanitve?

#### 4 SKLEP

Vpletanje osebne, hišne, družinske, lokalne in regionalne dediščine v turistično ponudbo, predstavlja zadovoljstvo tako ponudnikom kot gostom.

Za ponudnike to pomeni povedati zgodbo o sebi, o svoji družini, o kraju, torej zgodbo, ki je prav zaradi tega avtentična, specifična in unikatna. Za gosta pa doživetje tovrstnih zgodb pomeni 5-zvezdično doživetje, saj so jim ponujene vsebine, ki so gradnik edinstvenosti in unikatnosti ponudbe 5-zvezdičnih doživetij.

Zelo pomembno vlogo pri izbiri turistične nastanitve igra gostoljubnost na vseh ravneh. Pod gostoljubnost gostje razumejo »povedati in pokazati zgodbo o sebi«, ki je že zaradi tega posebna in unikatna. Torej, dediščina predstavlja odličen element za gradnjo razlikovalne prednosti od vseh ostalih ponudnikov enakih storitev.

Barbara Štern je na vprašanje zakaj meni, da gostje izmed vseh ponudnikov izbere ravno njih, odgovorila: *Ker dajemo poudarek na osebni noti, ker smo pri tem iskreni, ker vidijo kako živimo, da je to družinski posel, da skrbi za goste naša družina in to vidim, da imajo ljudje vedno bolj radi. Ljudje pridejo k ljudem (Štern 2019, 29.8.2019, intervju).*

Možnosti za (iz)koriščenje dediščine kot konkurenčne prednosti na področju turističnih namestitev je še veliko. Če si torej želimo, da svež zrak, mir, ponujena kolesa in pohodniške poti za potepe po okolici nastanitev niso dovolj, da bi si gosti izbrali prav specifično nastanitev, se je treba začeti ukvarjati s specifičnimi zgodbami o življenju na specifičnih nastanitvah, z njihovo preteklostjo in sedanostjo. Kar se odlično sklada s sodobnimi trendi v turizmu, ko gost išče pristnost in neponarejenost, ko si želi, da mu gostitelj odškrkne del svojega vsakdanjika in praznika, ko želi izkusiti in doživeti avtentično doživetje.

#### 5 LITERATURA IN VIRI



- 1) Hrobat Virloget, K., Medica, K. (2012). O dediščini, tradiciji in avtentičnosti. V: Panjek, A. (ur.). *Istrski praznik : preteklost, sedanjost, avtentičnost : šagre in ljudski prazniki v severni Istri*. Koper: Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Univerzitetna založba Annales.
- 2) Kosi R. (ur) et al. (2017). Turistične kmetije Slovenija. [http://www.turisticnekmjetije.si/images/upload/katalog\\_turisticnih\\_kmetij\\_2016\\_2017.pdf](http://www.turisticnekmjetije.si/images/upload/katalog_turisticnih_kmetij_2016_2017.pdf), (27.8.2019).
- 3) Matjaževa domačija. Naša zgodba, <http://www.matjazeva-domacija.si/o-nas.html>, 2019, 2.9.2019
- 4) Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov. Uradni list RS, 22/2018, 4.4.2018, <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2018-01-0951?sop=2018-01-0951>, 2.9.2019
- 5) STO, Poslovne strani, Pregled turističnega leta 2018. <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/raziskave-in-analize/turizem-v-stevilkah>, 29.8.2019
- 6) Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021, sprejela vlada RS na 151. redni seji, dne 5. 10. 2017, <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/o-sto/kljucni-dokumenti-sto>, 29.8.2019
- 7) Štern, Barbara, (roj. 1981, stan. Planica nad Framom, zaposlena na Turistični kmetiji Pri Kovačnikih). 2019. Pogovor o vključevanju dediščine v turistično ponudbo. Boža Grafenauer (izpr.). Intervju 29.8.2019