



KRIŽI IN TEŽAVE SLOVENSKEH PLANINSKIH DOMOV, KI SO POVEČINI ŽE PRECEJ ZASTARELI

Slovenske koč še iz udarniških časov

Planinstvo ustvari 220 milijonov gospodarskih učinkov na turizmu, nazaj ne dobi nič – Nekaterne koč so naprodaj, ker jih društva ne zmorejo več upravljati

Katja Petrovec

Planinstvo ostaja v zavesti slovenskega naroda. Na njem so se kresala narodnostna vprašanja in boji, ko se je bilo treba v ključnih zgodovinskih trenutkih identificirati kot narod, smo na plan potegnili gore in njene simbole. Ko politiki predstavljajo našo državo v svetu, ne pozabijo poudariti naših alpskih lepote. Ko se pišejo projekti in različne strategije razvoja, predvsem turistični, imajo tam vedno pomembno vlogo doživetja v naravi.

Že prva stran strategije trajnostne rasti slovenskega turizma od leta 2017 do 2021 nam pokaže, po čem je Slovenija prepoznavna in kaj je tisto, kar pritegne turiste. Čiste reke, zeleno in gore. Na naslovni fotografiji tega obsežnega dokumenta sta pohodnika, ki sedita na skali sredi Soče in zreta v zelen gozd pred sabo, ki se izgublja v pobočju gore. V strategiji slovenskega turizma imajo gorska narava ter z njo povezani športi in dejavnosti pomembno vlogo. Zgolj za demonstracijo, samo Triglavski narodni park (TNP) obišče dva milijona obiskovalcev na leto, od tega 580.000 turistov, ki ustvarijo več kot 1.500.000 prenočitev, v parku pa bivajo od dva do tri dni.

Tiste, ki lepote slovenskega alpskega sveta dobro poznajo in tudi vedo, da to ni le TNP, vse večji obisk tujih gostov ne preseneča. Ne nazadnje je po Sloveniji razpredenih več kot 10.000 kilometrov pohodnih poti, ki so nastajale dolga desetletja s prostovoljnimi

delom planincev. Planinska društva v okviru PZS upravljajo 181 koč, zavetišč in bivakov, ki so bili prav tako zgrajeni z dobro voljo planincev in donacijami nekoč uspešnih slovenskih podjetij. Niso redke zgodbe o posameznikih, ki so ob vikendih in popoldnevih nosili težak material v visokogorje, da se je zgradila društvena koča. Ta je v prvi vrsti ponudila planincem zatočišče in najosnovnejšo oskrbo. Slovenske gore so takrat tako ali tako večinoma obiskovali domačini.

Gospodarski učinki

Danes bodo gorski vodniki, ki v poletnih mesecih dan za dnem vodijo na Triglav, povedali, da se delež planincev v poletnih mesecih vsaj okoli Triglava nagiba v prid tujcem. Če so bili ti nekoč eksotika, so zdaj stalnica našega gorskega sveta, s čimer ni seveda nič narobe. Ko je Planinska zveza Slovenije lani izvedla študijo gospodarskih in družbenih učinkov planinskih poti, koč in planinstva (opravi jo je Inštitut za ekonomska raziskovanja), so izsledki pokazali, da privabi planinska infrastruktura v gore od 1,4 do 1,5 milijona obiskovalcev, kar pomeni tudi nezanemarljiv učinek na gospodarstvo.

Kot so ugotovili avtorji študije, lahko ocenimo neposredne gospodarske učinke planinstva na 14,8 milijona evrov, medtem ko so celotni gospodarski učinki z upoštevanjem multiplikativnih učinkov od 34 do 37 milijonov. Posredni ekonomski učinki pa so precej večji, avtorji jim pripisujejo 131 milijonov evrov ustvarjenega

BDP oziroma 219 milijonov evrov ob upoštevanju multiplikativnih učinkov. A to so »le« številke.

Danes so slovenske koč – pravzaprav celotna planinska infrastruktura – pred enim največjih vprašanj, kako naprej. Trendi v planinstvu so se spremenili, tudi želje in potrebe planincev so drugačne, nekateri bi rekli večje in zahtevnejše, v gore zahaja vse več turistov in mestnih ljudi, ki pričakovano iz doline prenašajo v hribe. Večji obisk gora, kakršne koli razloge že imajo posamezniki zanj, pomeni neizogibno tudi več pritiska na neokrnjeno gorsko naravo, ki je eden najbolj občutljivejših ekosistemov, čeprav je ozaveščenost ljudi za ekologijo in okolje večja kot nekoč.

A slovenske koč ostajajo bolj kot ne takšne, kot so bile v času, ko so jih zavedni člani planinskih društev zgradili. Številne zahtevajo prenovo, predvsem ekološko in energetske sanacije. Zgolj tretjina jih je opremljenih s čistilnimi napravami, za katere ni nujno, da optimalno delujejo, do leta 2021 jih bodo morale imeti vse. Lastniki koč so planinska društva in vse takšne naložbe morajo kriti društva sama. Stroški prenove pa so visoki, posamezna čistilna naprava lahko v visokogorju stane 50.000 evrov in več.

Planinska društva s PZS na čelu ostajajo tako sama v ohranjanju planinske infrastrukture, torej koč in poti, s katerimi se naša država in z njo turizem ponašata v svetu. V zadnjih desetih letih ni država namreč namenila planin-

stvu nobenega denarja, kajti 25 tisočakov, ki jih na leto prejme od Fundacije za šport za urejanje planinskih poti in koč, je kot kaplja v morje.

Ekološke posodobitve

»Težave ekološke sanacije koč se zavedamo, toda koč iz poslovanja samega teh investicijskih zalogajev ne zmorejo. Že leta 2014 smo pripravili program ekološke sanacije in celovite oskrbe z vodo, kar pomeni upravljanja vode od zajetja do iztoka. Delali smo po navodilih ministrstva za okolje in računalni, da bomo v tisti finančni perspektivi dobili sredstva v vrednosti petih milijonov evrov, a se to ni zgodilo,« pojasni Miro Eržen, podpredsednik PZS, in poudari, da koč do leta 2021 ne bodo izpolnile uredbe o odvajanju in čiščenju komunalnih voda. Kaj se bo zgodilo potem, je težko predvideti.

»Imeli smo tri sestanke na ministrstvu za gospodarstvo in turizem, kjer jih prepričujemo, da so tudi koč in poti del turistične infrastrukture in bi morali imeti prilagojene razpise za izvedbo ekološke in energetske sanacije koč. Žal pozitivnega premika ni čutiti in počutimo se kot na maratonskem mrtvem teku. Če ustvarimo 220 milijonov ekonomskih učinkov na turizem, preprosto ni logično, da ne moremo dobiti iz tega kaj nazaj.«

Problematika je aktualna že nekaj let, saj od leta 2010, ko je planinska zveza dobila zadnji razpis v vrednosti 1,5 milijona evrov in so se nekatere koč ekološko in

energetsko posodobile, sredstev od države ni več bilo. Po besedah Eržena zagovarja ministrstvo za gospodarstvo tezo, da lahko z razpisi pomaga le malim in srednje velikim podjetjem, ki se ukvarjajo s turizmom. »Toda mi smo se pravno podučili, da se lahko na razpise prijavijo tudi društva, evropska komisija jih namreč prišteva med mala podjetja. A ministrstvo že od lanskega novembra preučuje naše trditve. Gre za ignorantski odnos, vsaj osebno ga tako občutim,« pojasnjuje Eržen. Vprašanje o finančnih sredstvih smo naslovili tudi ministrstvo za gospodarstvo, a odgovora v tednu dni nismo prejeli.

Komercializacija v gorah?

O koliko finančnih sredstvih pravzaprav govorimo? Po Erženovih besedah bi na leto potrebovali vsaj 600.000 evrov za urejanje planinskih poti, a zadovoljni bi bili že z 200.000. »V alpskem svetu je vzdrževanje zelo zahtevnih poti ocenjeno na 12 centov na meter, lažjih poti na tri do štiri cente, v povprečju torej šest centov. Nekaj bi lahko pomagala nositi slovenska vojska s helikopterji, a glede na naravne ujme, podore, vetrolome, ki so se zgodili v zadnjih letih, bo treba razmišljati celo o profesionalni ekipi, ki se bo lotila sanacije zahtevnih in zelo zahtevnih poti, če želimo, da bodo poti glede na obisk varne in vzdrževane,« razlaga Eržen. Zgodba s kočami pa ima več zornih kotov. V drugih alpskih državah države in lokalne skup-

nosti precej prispevajo k vzdrževanju in posodabljanju koč in poti. Govorimo o več milijonih evrih. Avstrijski Alpenverein prejme od države 3,8 milijona evrov na leto. »Mi bi bili veseli že dveh milijonov, a vsako leto. Težava je, da so nastale v zadnjih desetih letih luknje. Društva nimajo pripravljenih ne projektov ne finančnih načrtov, ker mislijo, da tako ali tako ne bo denarja. Če bi vedeli, da bodo vsako leto razpisi, bi se društva pripravila nanje. Tako pa smo na tem, da se nekatere koč prodajajo, saj jih planinska društva ne zmorejo upravljati. Prodala se bo Ribniška koča na Pohorju in prodala se je Mozirska koča na Golteh,« opomni Eržen.

Kam vodijo prodaje koč, je bolj kot ne vsem jasno. Kakšni časi se v tem primeru napovedujejo planinstvu? »Danes je samoumevno, da je v hribih koča in boš lahko tam prenočil, ni pa samoumevno, da bo vedno tako. Takoj ko nekdo komercialno prevzame objekt, poskrbi za dejavnosti, s katerimi želi pripeljati čim več obiskovalcev v koč, da se mu ekonomsko izide, čemur pa ni s podjetniškega vidika kaj očitati. Mi si želimo, ker smo tudi naravovarstvena organizacija, ohraniti znosno ravnovesje med obiskom gora in med tistim, kar obiskovalec mora v gorah dobiti. To je osnovna infrastruktura, možnost prenočevanja in preskrbe. Ničesar pa čez mejo, ki jo okolje prenese,« odvrne Eržen. ■

1,4–1,5 181

milijona obiskovalcev koč, zavetišč in naštejejo v slovenskih bivakov imajo gorah in planinah planinska društva vsako leto. v okviru Planinske zveze Slovenije.



► Miro Eržen:

»Želimo si ohraniti znosno ravnoesje med obiskom gora in tistim, kar obiskovalec mora v gorah dobiti. To je osnovna infrastruktura, možnost prenočevanja in preskrbe.«



Slovenci smo pogosti obiskovalci planin v vseh letnih časih. Na fotografiji je prizor z Velike planine. / foto: iStock