



# IDENTIFIKACIJA TRŽNEGA POTENCIALA

Poročilo raziskave o potovalnih navadah, poziciji  
Slovenije in segmentacija turistov  
ŠVICA

November 2018



## Naročnik

---

**Ime:** Slovenska turistična organizacija

**Naslov:** Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

**Kontaktna oseba:** Barbara Zmrzlikar

---

## Izvajalec

---

**Ime:** Valicon d.o.o.

**Naslov:** Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana

**Kontaktna oseba:** Matjaž Robinšak

---

### IZJAVA O VAROVANJU OSEBNIH PODATKOV ANKETIRANCEV

Družba Valicon je v skladu s kodeksom ESOMAR in AAPOR zavezana k varovanju osebnih podatkov anketirancev. Valicon tako v vseh pogledih preprečuje, da bi bilo mogoče prepoznati identiteto anketirancev. Vse spremenljivke oziroma polja, ki bi lahko neposredno kazala na identiteto anketiranca, so iz podatkovnih baz in poročil odstranjena. Prav tako so odgovori anketirancev fizično ločeni od podatkov anketirancev. Vsak poskus namerne identifikacije anketiranca ali razkritje identitete anketiranca s strani naročnika ali družbe Valicon pomeni kršitev zgoraj omenjenih kodeksov.

# UVOD





**7**  
držav



REPREZENTATIVEN VZOREC

**23.597**

anketirancev



**10.916**

predstavnikov ciljne  
populacije



**2.219**

turistov in obiskovalcev  
Slovenije

**12**  
PERSON



**T = 19:52**

Povprečni čas trajanja ankete



**27. 9. – 17. 10. 2018**

Obdobje zbiranja podatkov

**Ekipa 10-IH STROKOVNJAKOV**  
na projektu:

**VALICON**

**Globalen ponudnik spletnih panelov:**

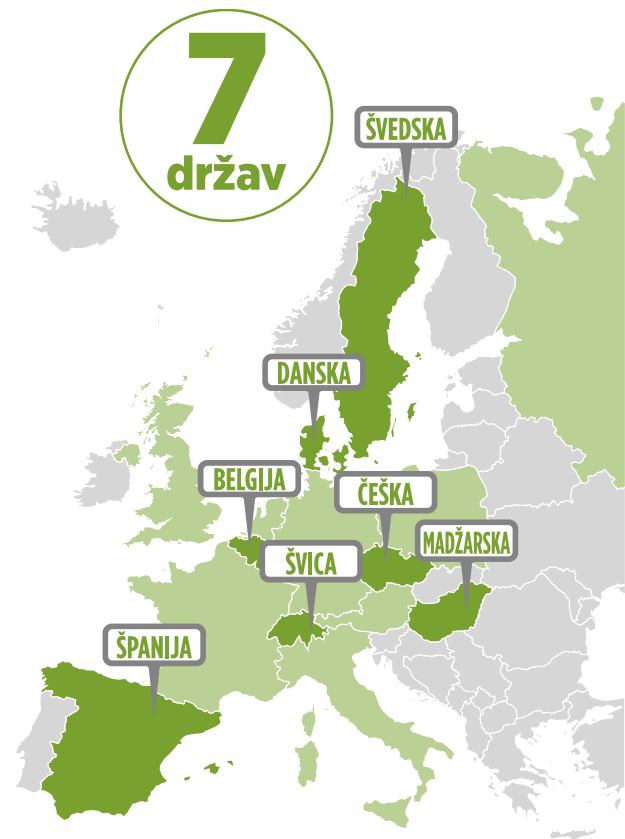




## O projektu

VALICON je za Slovensko turistično organizacijo izvedel globalno spletno raziskavo „**Identifikacija tržnega potenciala**“, ki je potekala vzporedno na 7-ih ciljnih trgih:

- Belgija
- Češka
- Danska
- Madžarska
- Španija
- Švedska
- Švica





# Vsebina raziskave

Z raziskavo smo na posameznem trgu preverjali:

- **Strukturo trga** in **tržni potencial**
  - prisotnost 12-ih person (segmenti), ki so bile identificirane v tržni raziskavi »Segmentacija – identifikacija ciljnih skupin slovenskega turizma« in strukturo ciljne populacije po teh segmentih
  - identifikacijo ključnih segmentov (največji ali z največjim ekonomskim potencialom)
- **Potovalne motive** in **proces nakupnega odločanja** za potovanja znotraj regije (Evropa)
- **Percepcijo** in **konkurenčno pozicioniranje** destinacije Slovenija
- **Poznavanje** in **izkušnjo** z obiskom Slovenije, vključno s **stopnjo priporočanja**



# Vsebinski sklopi glede na nivo analize

Pridobljeni podatki so za vsak posamezen trg analizirani na nivoju celotne ciljne skupine ter na nivoju različnih podvzorcev.

## CELOTNA CILJNA SKUPINA

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**.

## OBISKOVALCI SLOVENIJE

(Podvzorec 1)

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**. **Slovenijo** poznajo in so jo že **obiskali**, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski.

## TURISTI V SLOVENIJI

(Podvzorec 2)

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**. **Med** njihovimi **destinacijami**, kjer so prespali vsaj 2-krat, je **tudi Slovenija**.

### PRIKAZ REZULTATOV:

- Splošne **potovalne navade** in **motivi**
- **Elementi nakupne poti** in **potrošnja**

- **Podoba** in **percepcija** Slovenije

- **Struktura trga** (persone)

- **Poznavanje, izkušnja** in **NPS stopnja**

- **Podoba** in **percepcija** Slovenije



## O izvajalcu

### VALICON

**Valicon** je podjetje, ki deluje na področju trženjskega svetovanja, z bogatimi 20 letnimi izkušnjami na področju trženjskih raziskav. Regionalno strategijo prilagajamo lokalnemu trgu in verjamemo v dolgotrajna partnerstva z našimi strankami.

Nismo zgolj izvajalec tržnih raziskav ali anketnega zbiranja podatkov. Naše **napredne tehnologije** nas ločijo od ostalih, naše storitve pa **dodajajo vrednost poslovanju in znamkam** naših naročnikov. Kombiniramo različne pristope, kot so trženjske raziskave, analitika in avtomatizacija, trženjsko svetovanje in zbiranje podatkov, z namenom, da zagotovimo najvišjo stopnjo kakovosti ter uporabnost v naslednjih korakih trženjskih procesov in aktivnosti.

Zanašamo se na preverjeno strukturo, v kateri vse naše rešitve sledijo ciklu dejavnosti vaše znamke, produkta ali podjetja.





## Predstavitev panela

Raziskava je bila izvedena v sodelovanju z uglednim **ponudnikom spletnih panelov Research Now**. Podjetje je globalno aktivno pri zbiranju podatkov v Evropi, Bližnjem vzhodu, Ameriki in Azijsko-Pacifiškem območju in so **vodilni strokovnjaki** v razvoju programskih rešitev za zbiranje podatkov v več jezikih. So **lastniki certifikata ISO 20252** ter **prejemniki** več **nagrad**. Vsi njihovi spletni **paneli** so **aktivno upravljani, zaščiteni** in zgrajeni na podlagi desetletnih izkušenj ter omogočajo **izvedbo projektov na visoki kakovostni ravni**. Spletni paneli so lokalno vodeni in nudijo podporo v lokalnem jeziku, upoštevane so razlike med državami, ravno tako je prilagojeno tudi nagrajevanje članov spletnega panela. Za pridobivanje panelistov uporabljajo različne programe (eRewards®, Valued Opinions® in Peanut Labs®), ki **omogočajo dostop do** najbolj **reprezentativnih in kakovostnih ciljnih skupin** v različnih industrijah.

**Podjetje** je s svojimi paneli **zagotovilo vzorec respondentov**, ki so anketo v svojem jeziku izpolnjevali **znotraj Valiconovega anketnega sistema**, s čimer smo vzporedno vzdrževali **nadzor nad strukturo vzorca in kakovostjo podatkov**.



VIR: 2016 Annual Survey of Market Research Professionals (MarketResearchCareers.com)

GRIT

2017 TOP 50  
INNOVATIVE  
COMPANYRESEARCH NOW  
RANKED #6

# METODOLOGIJA





# Metodološki okvir raziskave



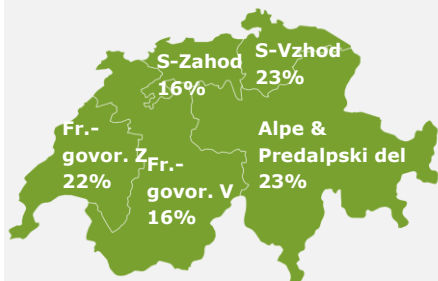
<b>Način izvedbe</b>	Spletna raziskava, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), Valicon v sodelovanju s spletnimi paneli podjetja Research Now.
<b>Država izvedbe</b>	Švica
<b>Obdobje izvedbe</b>	11. oktober – 16. oktober 2018
<b>Ciljna skupina</b>	Prebivalci posamezne države, ki <u>vsaj enkrat letno potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic, potovanja in tam prespijo vsaj 2 noči.</u>
<b>Vzorec</b>	Celoten vzorec: n=2.189; Ciljna skupina: n=1.516; Obiskovalci Slovenije: n=236; Turisti Slovenije: n=51.
<b>Reprezentativnost</b>	Ciljna oseba je izbrana iz vzorčnega okvira, ki je reprezentativen za populacijo v starosti od 18 do 65 let. Podatki so uteženi glede na spol, starost in regijo.
<b>Dolžina vprašalnika</b>	Povprečni čas trajanja anket: t=21:37.



# ŠVICA: Demografija vzorca



## REGIJE:

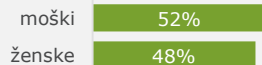


### PODROBNEJŠA OPREDELITEV REGIJ:

**Fr.-govor. V:** Bern, Jura, Wallis. **Fr.-govor. Z :** Fribourg, Geneva, Neuchâtel, Vaud. **Alpe in Predalpski del:** Appenzell zunanji in notranji Rhodes, Glarus, Graubünden, Luzern, Nidwalden, Obwalden, Sv. Gallen, Schwyz, Ticino, Uri, Zug. **S-Zahod:** Aargau, Basel-podeželje in mesto, Solothurn.

**S-Vzhod:** Schaffhausen, Thurgau, Zürich

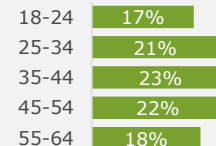
## SPOL:



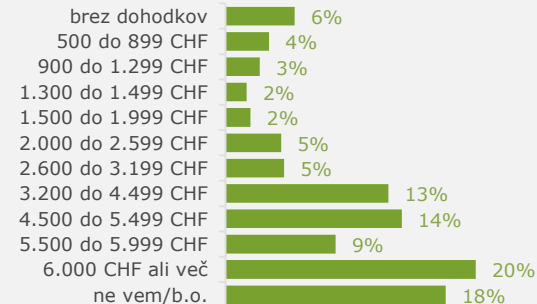
## IZOBRAZBA:



## STAROST:



## OSEBNI DOHODEK:





# Deleži in velikost vzorcev



Obrobjeni elipsi nakazujeta osnovo za izračune deležev.



Osnova: ŠVICA 18-65 let	
POPULACIJA 18-65 LET	100,0%
CILJNA SKUPINA	69,3%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	10,8%
TURISTI SLOVENIJE	2,3%

Osnova: CILJNA SKUPINA	
POPULACIJA 18-65 LET	/
CILJNA SKUPINA	100,0%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	15,6%
TURISTI SLOVENIJE	3,4%

Absolutna velikost*	
	5.472.750
	3.792.205
	590.838
	127.199

\*Absolutna velikost je vedno izračunana glede na populacijo države v starosti 18-65 let.

# **STRUKTURA IN VELIKOST TRGA (PERSONE)**





Top izbira

0,1%

2%

**OŽJI POTENCIAL**  
Top izbira +  
ponovni obisk

2%

29%

**ŠIRŠI POTENCIAL**  
Izbira

6%

84%

Obisk ali izbira

7%

**CHE**

n=1516

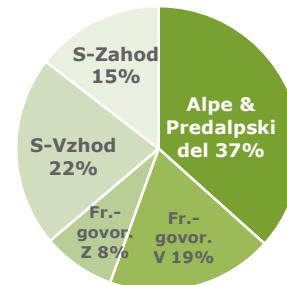
## OŽJI POTENCIAL:

2%

*Turisti, ki bi Slovenijo z namenom turističnega obiska izbrali najprej (ožji interes - top izbira) ALI tisti, ki bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.*

Velikost*	
<b>Skupaj v CS:</b>	<b>83.195</b>
Alpe & Predal. del	30.482
Fr.- govor. V	15.718
Fr.- govor. Z	6.875
S-Vzhod	18.027
S-Zahod	12.093

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:



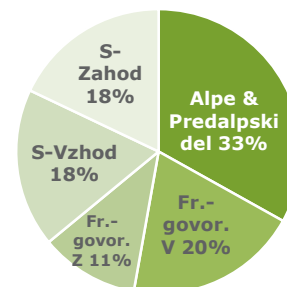
## ŠIRŠI POTENCIAL:

6%

*Turisti, ki bi Slovenijo z namenom turističnega izbrali v prihodnje (širši interes) ALI tisti, ki bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.*

Velikost*	
<b>Skupaj v CS:</b>	<b>236.601</b>
Alpe & Predal. del	78.310
Fr.- govor. V	46.630
Fr.- govor. Z	26.560
S-Vzhod	42.661
S-Zahod	42.440

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:




**URBANI POTROŠNIKI:**

21,9%

830.313


**LEPOTNI RAZVAJENCI:**

17,7%

669.736


**ZELENI RAZISKOVALCI:**

15,4%

585.185

	Skupaj	Alpe & Predalpski del	Fr.-govor. V	Fr.-govor. Z	S-Vzhod	S-Zahod	
	%	100,0%	23,4%	16,0%	21,7%	22,8%	16,0%
	Velikost	3.792.205	887.301	608.303	824.514	866.471	605.615
<b>ZELENI RAZISKOVALCI</b>	%	15,4%	21,2%	15,4%	22,5%	22,0%	18,9%
	Velikost	585.185	123.782	90.104	131.732	128.915	110.652
<b>DRUŽABNI FOODIEJI</b>	%	5,9%	22,1%	17,2%	31,1%	21,5%	8,1%
	Velikost	223.555	49.328	38.531	69.508	48.156	18.032
<b>URBANI POTROŠNIKI</b>	%	21,9%	27,5%	16,0%	24,5%	19,9%	12,1%
	Velikost	830.313	228.397	132.820	203.575	165.354	100.168
<b>URBANI OZAVEŠČENI</b>	%	4,6%	22,9%	11,9%	28,1%	26,2%	10,9%
	Velikost	172.561	39.580	20.498	48.539	45.191	18.752
<b>SPROŠČENI ESKAPISTI</b>	%	8,5%	19,4%	15,0%	22,3%	19,8%	23,5%
	Velikost	321.274	62.406	48.331	71.587	63.459	75.491
<b>AKTIVNI NOSTALGIKI</b>	%	6,8%	26,6%	19,5%	12,1%	22,2%	19,5%
	Velikost	258.230	68.704	50.438	31.353	57.395	50.340
<b>AVANTURISTI</b>	%	1,9%	28,5%	20,2%	18,9%	11,2%	21,2%
	Velikost	71.652	20.394	14.487	13.568	8.019	15.184
<b>VEČNO MLADI</b>	%	7,7%	24,9%	14,6%	15,6%	26,5%	18,4%
	Velikost	290.545	72.261	42.328	45.297	77.063	53.596
<b>LEPOTNI RAZVAJENCI</b>	%	17,7%	23,5%	15,3%	21,0%	25,7%	14,6%
	Velikost	669.736	157.147	102.428	140.636	172.061	97.464
<b>PREDANE MAME</b>	%	2,5%	10,1%	25,9%	18,9%	25,4%	19,7%
	Velikost	95.345	9.623	24.726	18.011	24.194	18.791
<b>AKTIVNE DRUŽINE</b>	%	3,1%	23,3%	13,5%	12,7%	30,8%	19,7%
	Velikost	119.201	27.775	16.048	15.130	36.754	23.494
<b>BREZSKRBNJI MLADI</b>	%	4,1%	18,0%	17,8%	23,0%	25,8%	15,3%
	Velikost	154.608	27.904	27.563	35.578	39.911	23.652

% v stolpcu poimenovanem „Skupaj“ (obarvano sivo) predstavljajo deleže segmentov glede na celotno ciljno skupino (potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic). % v stolpcih z regijami (obarvano zeleno) predstavljajo porazdelitev posameznega segmenta po regijah. Velikosti posameznih segmentov (obarvano belo) v regijah in v stolpcu poimenovanem „Skupaj“ so izračunane na osnovi velikosti celotne populacije v starosti od 18 do 65 let.





#### TIP DESTINACIJE

Ob morju	74%
Mesta	54%
V gorah	38%
Ob jezeru	34%
Drugje v naravi	32%

#### VRSTA NAMESTITVE

Hotel	86%
Apartma	45%
Namestitev pri sorod. ali prijat.	26%
Zasebna soba (npr. Airbnb)	26%
Hostel	23%

#### PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	60%
Avto	30%
Vlak	4%
Avtodom (kamper)	2%
Avtobus	2%

#### PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	71%
Avtobus	33%
Peš	25%
Vlak	24%
Kolo	5%

#### AKTIVNOSTI

Sonce in morje	65%
Ogled mesta, prestolnice	55%
Naravne znamenitosti, narava	54%
Ogledovanje starih mestnih jeder	49%
Ogled glavnih turističnih znam.	46%

#### SPODBUDA

Pretekle izkušnje	52%
Priporočila prijateljev	49%
Cena destinacije	34%
Članki na spletu	33%
Bližina destinacije	21%

#### VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	56%
Članki na spletu	53%
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	29%
Potopisna literatura	25%
Mnenja na družbenih medijih	16%

#### NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	55%
Neposredno pri ponud. namest.	34%
Agencija	21%
Airbnb	19%
Expedia.com	13%

#### S KOM POTUJE

V paru	46%
Z družino	32%
S prijatelji	12%
Sam	8%
S sorodniki	1%

### LASTNOSTI:

Velikost\*

**3.792.205**

Delež\*

**69%**

Starost

**40**

Ženske

**48%**

Poletje

**51%**

Jesen

**23%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

Ob jezeru	41%	+8
Kulturno-zgodovinska središča	32%	+6
Mesta	52%	-2
Prestolnice	34%	+3
Področje	29%	+6

## VRSTA NAMESTITVE

Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%	+2
Lastna nepremičnina (vikend)	16%	+3
Butični hotel	16%	+3
Hostel	25%	+2
Apartmenta	45%	+0

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	60%	+0
Avtodom (kamper)	4%	+2
Avtobus	3%	+2
Kolo	1%	+1
Avto	26%	-4

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	33%	+0
Motor	7%	+2
Avto	69%	-2
Vlak	24%	-1
Avtodom (kamper)	6%	+2

## AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	56%	+7
Muzeji, galerije in umetnost	34%	+9
Thermal health spa	28%	+9
Zgodovina in gradovi	37%	+4
Glasbeni festivali in koncerti	25%	+5

## SPODBUDA

TV oddaje	21%	+5
Članki v tiskanih medijih	19%	+6
Potopisna predavanja	18%	+5
Potopisna literatura	21%	+3
Objave na družbenih medijih, blogih	18%	+4

## VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	30%	+5
Članki v tiskanih medijih	17%	+4
Mnenja na družbenih medijih	19%	+2
Pri prijateljih, družini	52%	-4
Članki na spletu	50%	-4

## NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namešt.	40%	+6
Agencija	26%	+6
Expedia.com	18%	+5
Agoda.com	9%	+4
Airbnb	21%	+2

## S KOM POTUJE

V paru	49%	+3
Sam	14%	+6
Z družino	27%	-5
S sorodniki	1%	+0
S prijatelji	9%	-4

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>590.838</b>
Delež*	<b>11%</b>
Starost	<b>41</b>
Ženske	<b>40%</b>

Poletje	<b>50%</b>
Jesen	<b>24%</b>
Krajša potovanja	<b>4</b>
Daljša potovanja	<b>2</b>



## TIP DESTINACIJE

Mesta	78%	+24
Prestolnice	53%	+22
Kulturno-zgodovinska središča	47%	+21
V gorah	43%	+5
Ob jezeru	38%	+5

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	97%	+11
Zasebna soba (npr. Airbnb)	38%	+12
Apartma	54%	+8
Namestitev pri sorod. ali prijat.	38%	+11
Hostel	28%	+5

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	64%	+4
Avtobus	6%	+4
Vlak	7%	+3
Motor	2%	+1
Avto	19%	-11

## PREVOZ NA DESTINACIJI

<b>Avtobus</b>	<b>46%</b>	<b>+14</b>
Avto	68%	-4
Vlak	37%	+12
Motor	4%	+0
Peš	21%	-4

## AKTIVNOSTI

Ogled glavnih turističnih znam.	65%	+19
Ogledovanje starih mestnih jeder	68%	+19
Ogled mesta, prestolnice	69%	+14
Nakupovanje	62%	+18
Nočno življenje (bari, klubi)	38%	+18

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	62%	+10
Članki na spletu	44%	+11
TV oddaje	28%	+12
Video posnetki na spletu	24%	+11
Priporočila prijateljev	55%	+6

## VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	33%	+8
Članki v tiskanih medijih	24%	+11
Članki na spletu	58%	+4
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	34%	+5
Pri prijateljih, družini	59%	+3

## NAČIN REZERVACIJE

<b>Neposredno pri ponud. namest.</b>	<b>53%</b>	<b>+19</b>
<b>Airbnb</b>	<b>32%</b>	<b>+13</b>
<b>Expedia.com</b>	<b>23%</b>	<b>+11</b>
Booking.com	59%	+4
Pri ponudniku aktivnosti	13%	+4

## S KOM POTUJE

V paru	50%	+4
Sam	10%	+2
S sorodniki	3%	+1
Z družino	27%	-5
S prijatelji	10%	-2

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>127.199</b>
Delež*	<b>2%</b>
Starost	<b>38</b>
Ženske	<b>40%</b>

Poletje	<b>49%</b>
Jesen	<b>27%</b>
Krajša potovanja	<b>4</b>
Daljša potovanja	<b>2</b>



### TIP DESTINACIJE

Mesta	74%	+21
Prestolnice	35%	+4
Ob morju	67%	-8
Kulturno-zgodovinska središča	20%	-6
Terme (Wellness in Spa)	15%	-3

### VRSTA NAMESTITVE

Hotel	94%	+7
Apartma	44%	-1
Zasebna soba (npr. Airbnb)	25%	-1
Namestitev pri sorod. ali prijat.	23%	-4
Butični hotel	12%	-1

### PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	68%	+8
Vlak	5%	+1
Avtodom (kamper)	3%	+0
Avto	22%	-8
Kolo	0%	+0

### PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	36%	+3
Vlak	30%	+6
Peš	25%	-1
Avto	69%	-3
Kolo	4%	-1

### AKTIVNOSTI

Nakupovanje	71%	+28
Ogled mesta, prestolnice	73%	+18
Ogled glavnih turističnih znam.	59%	+13
Gastronomija	47%	+12
Nočno življenje (bari, klubi)	41%	+21

### SPODBUDA

Priporočila prijateljev	52%	+4
Prijubljeno destinacije	24%	+5
Cena destinacije	34%	+0
Pretekle izkušnje	51%	+0
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	18%	+1

### VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	57%	+1
Mnenja na družbenih medijih	20%	+3
Članki na spletu	54%	+0
Spletni portali (TripAdvisor idr.)	28%	+0
Potpisna predavanja	13%	+0

### NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	61%	+6
Airbnb	22%	+3
Expedia.com	14%	+2
Lastna nastanitev	12%	+2
Neposredno pri ponud. namest.	31%	-3

### S KOM POTUJE

V paru	46%	+0
S prijatelji	18%	+5
Sam	9%	+1
Z družino	26%	-6
S sorodniki	1%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**830.313**

Delež\*

**15%**

Starost

**39**

Ženske

**49%**

Poletje

**51%**

Jesen

**24%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**

# ŠVICA: Lepotni razvajenci (17,7%)



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	97%	+22
Terme (Wellness in Spa)	33%	+15
V gorah	36%	-3
Ob jezeru	29%	-4
Mesta	39%	-15

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	95%	+8
Namestitev pri sorod. ali prijat.	33%	+7
Lastna nepremičnina (vikend)	14%	+1
Apartma	41%	-4
Kamper	12%	+2

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	65%	+5
Avto	32%	+2
Avtobus	1%	-1
Vlak	1%	-3
Avtodom (kamper)	1%	-2

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	81%	+10
Avtobus	29%	-4
Avtodom (kamper)	4%	+0
Peš	22%	-4
Kolo	3%	-2

## AKTIVNOSTI

Sonce in morje	90%	+25
Nakupovanje	60%	+16
Wellness in spa	60%	+23
Rekreacija	49%	+15
Aktivnosti in zabava za otroke	35%	+19

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	55%	+3
Cena destinacije	40%	+6
Priporočila prijateljev	51%	+3
Članki na spletu	34%	+1
Prijjubljenost destinacije	21%	+1

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	62%	+5
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	32%	+3
Pri agencijah	15%	+4
Članki na spletu	53%	+0
Spletni forumi	18%	+4

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	27%	+6
Neposredno pri ponud. namest.	33%	-1
Booking.com	51%	-4
Drugi spl. portal	11%	+0
Lastna nastanitev	10%	+0

## S KOM POTUJE

Z družino	50%	+18
V paru	39%	-7
S sorodniki	1%	+0
S prijatelji	7%	-6
Sam	4%	-4

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**669.736**

Delež\*

**12%**

Starost

**40**

Ženske

**53%**

Poletje

**60%**

Jesen

**22%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

V gorah	67%	+29
Kulturno-zgodovinska središča	55%	+28
Ob jezeru	58%	+24
Ob morju	87%	+12
Mesta	75%	+21

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	66%	+21
Zasebna soba (npr. Airbnb)	37%	+11
Namestitev pri sorod. ali prijat.	33%	+7
Hostel	32%	+10
Hotel	88%	+2

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Vlak	7%	+3
Letalo	63%	+3
Avtobus	3%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+1
Avto	23%	-7

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	44%	+11
Vlak	39%	+15
Peš	33%	+8
Avto	67%	-5
Kolo	6%	+1

## AKTIVNOSTI

Naravne znamenitosti, narava	78%	+24
Ogledovanje starih mestnih jeder	74%	+25
Ogled mesta, prestolnice	76%	+21
Športne aktivnosti	54%	+23
Zgodovina in gradovi	47%	+14

## SPODBUDA

Članki na spletu	45%	+12
TV oddaje	23%	+7
Bližina destinacije	26%	+5
Pretekle izkušnje	54%	+3
Priporočila prijateljev	53%	+4

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	63%	+9
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	39%	+10
Potopisna literatura	36%	+11
Pri prijateljih, družini	60%	+4
Spletni forumi	20%	+6

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	64%	+8
Airbnb	30%	+10
Neposredno pri ponud. namest.	38%	+4
Organizator	7%	+3
Pri ponudniku aktivnosti	12%	+3

## S KOM POTUJE

V paru	49%	+3
Sam	11%	+3
S prijatelji	12%	+0
Z družino	27%	-5
S sorodniki	1%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**585.185**

Delež\*

**11%**

Starost

**40**

Ženske

**47%**

Poletje

**48%**

Jesen

**24%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**


**TIP DESTINACIJE**

Ob morju	60%	-14
Podružje	17%	-5
Druge v naravi	19%	-13
Mesta	33%	-21
Ob jezeru	17%	-17

**VRSTA NAMESTITVE**

<b>Lastna nepremičnina (vikend)</b>	<b>20%</b>	<b>+7</b>
Hotel	82%	-4
Kamp	17%	+2
Zasebna soba (npr. Airbnb)	19%	-7
Kamper	10%	+0

**PREVOZ DO DESTINACIJE**

<b>Vlak</b>	<b>7%</b>	<b>+2</b>
<b>Avtodom (kamper)</b>	<b>5%</b>	<b>+2</b>
Avto	34%	+3
<b>Motor</b>	<b>2%</b>	<b>+1</b>
Letalo	49%	-11

**PREVOZ NA DESTINACIJI**

Peš	27%	+2
Avto	64%	-7
<b>Kolo</b>	<b>8%</b>	<b>+3</b>
Avtodom (kamper)	8%	+4
Vlak	19%	-5

**AKTIVNOSTI**

<b>Naravne znamenitosti, narava</b>	<b>63%</b>	<b>+9</b>
<b>Thermal health spa</b>	<b>41%</b>	<b>+21</b>
<b>Gastronomija</b>	<b>40%</b>	<b>+5</b>
Spozn. lokalnega načina življenja	30%	-1
<b>Selfness, digital-detox ipd.</b>	<b>13%</b>	<b>+7</b>

**SPODBUDA**

Cena destinacije	33%	-1
Potopisna predavanja	15%	+2
Pretekle izkušnje	46%	-6
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	18%	+1
Priporočila prijateljev	42%	-7

**VIR INFORMACIJ**

Potopisna literatura	24%	-2
Pri prijateljih, družini	50%	-6
Potopisna predavanja	12%	-1
Blogi	12%	-2
Članki na spletu	45%	-8

**NAČIN REZERVACIJE**

Neposredno pri ponud. namest.	36%	+2
Drugi spl. portal	14%	+2
Lastna nastanitve	12%	+2
Booking.com	49%	-6
Agencija	18%	-2

**S KOM POTUJE**

<b>V paru</b>	<b>51%</b>	<b>+5</b>
Sam	11%	+2
<b>S sorodniki</b>	<b>3%</b>	<b>+2</b>
Z družino	26%	-6
S prijatelji	9%	-3

**LASTNOSTI:**

Velikost\*

**321.274**

Delež\*

Poletje

**33%**

Starost

**42**

Jesen

**28%**

Ženske

**49%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**



### TIP DESTINACIJE

Ob morju	68%	-6
Kulturno-zgodovinska središča	22%	-4
Ob jezeru	24%	-10
Podraželje	17%	-6
Mesta	34%	-19

### VRSTA NAMESTITVE

Hotel	89%	+2
Hostel	23%	+0
Kamper	12%	+2
Apartma	37%	-8
Namestitev pri sorod. ali prijat.	22%	-5

### PREVOZ DO DESTINACIJE

<u>Avto</u>	<u>34%</u>	<u>+4</u>
Letalo	61%	+1
Avtodom (kamper)	3%	+0
Avtobus	1%	-1
Vlak	1%	-3

### PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	72%	+0
Avtobus	27%	-6
Avtodom (kamper)	4%	+0
Peš	15%	-10
Vlak	15%	-10

### AKTIVNOSTI

<u>Ogledovanje starih mestnih jeder</u>	<u>71%</u>	<u>+22</u>
<u>Zgodovina in gradovi</u>	<u>59%</u>	<u>+26</u>
<u>Krožne ture (touring)</u>	<u>36%</u>	<u>+22</u>
<u>Ogled glavnih turističnih znam.</u>	<u>54%</u>	<u>+8</u>
<u>Thermal health spa</u>	<u>30%</u>	<u>+10</u>

### SPODBUDA

<u>TV oddaje</u>	<u>21%</u>	<u>+4</u>
<u>Potopisna literatura</u>	<u>21%</u>	<u>+4</u>
<u>Potopisna predavanja</u>	<u>17%</u>	<u>+4</u>
Prijjubljenost destinacije	19%	+0
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	18%	+1

### VIR INFORMACIJ

<u>Potopisna literatura</u>	<u>32%</u>	<u>+7</u>
Potopisna predavanja	15%	+2
Članki v tiskanih medijih	13%	+0
Članki na spletu	45%	-8
Pri prijateljih, družini	47%	-9

### NAČIN REZERVACIJE

<u>Agencija</u>	<u>25%</u>	<u>+4</u>
Booking.com	55%	+0
Agoda.com	7%	+2
Expedia.com	13%	+1
Lastna nastanitev	11%	+1

### S KOM POTUJE

<u>V paru</u>	<u>51%</u>	<u>+5</u>
<u>Sam</u>	<u>11%</u>	<u>+3</u>
Z družino	29%	-3
S prijatelji	9%	-4

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**290.545**

Delež\*

**5%**

Starost

**44**

Ženske

**55%**

Poletje

**48%**

Jesen

**29%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**





## TIP DESTINACIJE

V gorah	71%	+33
Drugje v naravi	68%	+36
Ob jezeru	64%	+30
Podeželje	33%	+10
Ob morju	59%	-15

## VRSTA NAMESTITVE

Butični hotel	19%	+6
Hotel	88%	+2
Kamp	17%	+1
Kamper	11%	+2
Drugo	7%	+3

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	48%	+17
Vlak	5%	+0
Avtodom (kamper)	3%	+0
Motor	2%	+2
Letalo	41%	-19

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	73%	+2
Motor	9%	+4
Avtobus	24%	-9
Peš	23%	-2
Avtodom (kamper)	7%	+3

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	54%	+23
Naravne znamenitosti, narava	54%	+0
Spozn. lokalnega načina življenja	34%	+3
Obisk vinskih kleti	24%	+14
Gastronomija	34%	-2

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	53%	+1
Potopisna literatura	22%	+4
Članki v tiskanih medijih	18%	+5
Bližina destinacije	22%	+1
Članki na spletu	29%	-4

## VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	26%	+1
Blogi	14%	+1
Pri prijateljih, družini	44%	-13
Članki na spletu	43%	-10
Potopisna predavanja	14%	+0

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	26%	+6
Neposredno pri ponud. namešt.	36%	+2
Organizator	8%	+4
Pri ponudniku aktivnosti	10%	+1
Preko uradnih TIC-ov	7%	+2

## S KOM POTUJE

V paru	64%	+18
Z družino	22%	-10
S prijatelji	8%	-4
Sam	5%	-3
S sorodniki	1%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**258.230**

Delež\*

**5%**

Starost

**43**

Ženske

**44%**

Poletje

**44%**

Jesen

**25%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**


**TIP DESTINACIJE**

Kulturno-zgodovinska središča	71%	+45
Mesta	84%	+30
Prestolnice	68%	+37
Podeželje	51%	+29
Ob morju	84%	+9

**VRSTA NAMESTITVE**

Hotel	92%	+6
Namestitev pri sorod. ali prijat.	35%	+9
Butični hotel	27%	+14
Lastna nepremičnina (vikend)	21%	+8
Apartma	44%	-1

**PREVOZ DO DESTINACIJE**

Avto	33%	+3
Vlak	8%	+4
Letalo	58%	-2
Motor	1%	+0

**PREVOZ NA DESTINACIJI**

Avto	78%	+7
Avtobus	44%	+11
Peš	38%	+13
Vlak	30%	+6
Motor	2%	-2

**AKTIVNOSTI**

Ogledovanje starih mestnih jeder	91%	+42
Zgodovina in gradovi	76%	+44
Naravne znamenitosti, narava	88%	+33
Ogled glavnih turističnih znam.	85%	+39
Aquafun, zabaviščni parki	62%	+41

**SPODBUDA**

Pretekle izkušnje	70%	+18
Cena destinacije	50%	+16
Priporočila prijateljev	59%	+11
Bližnja destinacije	33%	+12
Potopisna literatura	30%	+13

**VIR INFORMACIJ**

Članki na spletu	64%	+11
Potopisna literatura	36%	+11
Pri prijateljih, družini	64%	+7
Članki v tiskanih medijih	19%	+7
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	31%	+2

**NAČIN REZERVACIJE**

Booking.com	60%	+5
Drugi spl. portal	21%	+10
Expedia.com	19%	+6
Agencija	24%	+3
Pri ponudniku aktivnosti	14%	+5

**S KOM POTUJE**

V paru	54%	+8
Z družino	37%	+5
Sam	4%	-5
S sorodniki	2%	+1
S prijatelji	3%	-9

**LASTNOSTI:**

Velikost\*

**223.555**

Delež\*

**4%**

Starost

**42**

Ženske

**45%**

Poletje

**53%**

Jesen

**17%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**

# ŠVICA: Urbani ozaveščeni (4,6%)



## TIP DESTINACIJE

Prestolnice	53%	+22
Mesta	65%	+12
Kulturno-zgodovinska središča	42%	+15
Drugje v naravi	31%	-1
Podeželje	18%	-4

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	53%	+30
Zasebna soba (npr. Airbnb)	46%	+20
Apartment	52%	+7
Butični hotel	23%	+11
Kamper	14%	+4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	63%	+3
Vlak	5%	+0
Avtodom (kamper)	3%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+1
Avto	27%	-3

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	38%	+14
Avtobus	36%	+3
Motor	7%	+3
Avto	58%	-13
Peš	28%	+3

## AKTIVNOSTI

Spozn. lokalnega načina življenja	74%	+43
Ogledovanje starih mestnih jeder	79%	+30
Muzeji, galerije in umetnost	63%	+37
Ogled mesta, prestolnice	77%	+21
Družabni dogodki, festivali	58%	+34

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	61%	+9
Objave na družbenih medijih, blogih	26%	+12
Članki v tiskanih medijih	23%	+10
Članki na spletu	38%	+6
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	23%	+5

## VIR INFORMACIJ

Spletni portali (Tripadvisor idr.)	42%	+13
Blogi	24%	+11
Mnenja na družbenih medijih	25%	+9
Članki na spletu	53%	-1
Pri prijateljih, družini	53%	-3

## NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namest.	40%	+6
Airbnb	28%	+9
Booking.com	57%	+2
Expedia.com	13%	+0
Agoda.com	7%	+2

## S KOM POTUJE

V paru	49%	+3
Sam	17%	+9
Z družino	21%	-11
S sorodniki	3%	+2
S prijatelji	11%	-2

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**172.561**

Delež\*

**3%**

Starost

**38**

Ženske

**58%**

Poletje

**42%**

Jesen

**23%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	80%	+6
Mesta	70%	+16
Prestolnice	47%	+16
Ob jezeru	32%	-1
V gorah	31%	-7

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	57%	+35
Zasebna soba (npr. Airbnb)	33%	+7
Kamp	29%	+14
Apartmenta	43%	-2
Namestitev pri sorod. ali prijat.	30%	+4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	60%	+0
Avtodom (kamper)	5%	+3
Avtobus	5%	+3
Avto	26%	-4
Vlak	3%	-1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	32%	+0
Avto	68%	-4
Kolo	10%	+5
Vlak	21%	-3
Motor	7%	+2

## AKTIVNOSTI

Glasbeni festivali in koncerti	64%	+45
Nočno življenje (bari, klubi)	50%	+30
Družabni dogodki, festivali	43%	+19
Ogled mesta, prestolnice	58%	+3
Sonce in morje	61%	-4

## SPODBUDA

Priporočila prijateljev	60%	+11
Objave na družbenih medijih, blogih	29%	+15
Cena destinacije	39%	+4
Bližina destinacije	26%	+5
TV oglasi	13%	+8

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	65%	+9
Mnenja na družbenih medijih	23%	+6
Članki na spletu	58%	+5
Blogi	18%	+4
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	23%	-5

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	64%	+9
Airbnb	30%	+11
Expedia.com	13%	+0
Lastna nastanitev	11%	+1
Organizator	7%	+2

## S KOM POTUJE

S prijatelji	42%	+30
Z družino	27%	-5
V paru	28%	-19
S sorodniki	1%	+0
Sam	3%	-6

## LASTNOSTI:

Velikost\*

154.608

Delež\*

3%

Starost

31

Ženske

33%

Poletje

64%

Jesen

12%

Krajša potovanja

4

Daljša potovanja

2



## TIP DESTINACIJE

V gorah	77%	+38
Drugje v naravi	63%	+31
Ob jezeru	62%	+28
Ob morju	71%	-4
Podeželje	43%	+21

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	61%	+15
Kamp	36%	+21
Lastna nepremičnina (vikend)	20%	+7
Zasebna soba (npr. Airbnb)	25%	-1
Hostel	23%	+0

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	62%	+2
Avtodom (kamper)	3%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	3%	+2
Kolo	3%	+2
Avto	27%	-3

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	77%	+6
Kolo	10%	+6
Peš	24%	-2
Motor	9%	+5
Avtobus	23%	-9

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	73%	+42
Športne aktivnosti na vodi	60%	+41
Gornišтво (zahtevnejše ture)	38%	+32
Krožne ture (touring)	33%	+19
Wellness in spa	43%	+6

## SPODBUDA

Video posnetki na spletu	21%	+8
Pretekle izkušnje	50%	-2
Članki v tiskanih medijih	20%	+8
Članki na spletu	32%	-1
Drugo	13%	+7

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	55%	+1
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	32%	+3
Članki v tiskanih medijih	21%	+8
Spletni forumi	21%	+6
Potopisna literatura	23%	-2

## NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namešt.	44%	+10
Pri ponudniku aktivnosti	19%	+10
Agencija	29%	+8
Agoda.com	15%	+11
Airbnb	22%	+3

## S KOM POTUJE

Z družino	34%	+2
Sam	14%	+6
V paru	41%	-5
S prijatelji	11%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**119.201**

Delež\*

**2%**

Starost

**38**

Ženske

**48%**

Poletje

**62%**

Jesen

**21%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

Podeželje	59%	+37
V gorah	58%	+20
Ob jezeru	46%	+13
Ob morju	59%	-16
Druge v naravi	27%	-5

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	54%	+9
Turistična kmetija	28%	+21
Namestitev pri sorod. ali prijat.	32%	+6
Zasebna soba (npr. Airbnb)	32%	+6
Lastna nepremičnina (vikend)	27%	+14

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	66%	+35
Avtodom (kamper)	3%	+0
Avtobus	2%	+1
Letalo	29%	-31

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	87%	+16
Peš	28%	+3
Motor	6%	+2
Vlak	17%	-8
Avtobus	22%	-11

## AKTIVNOSTI

Aktivnosti in zabava za otroke	53%	+37
Športne aktivnosti	52%	+21
Podeželske, kmečke aktivnosti	36%	+27
Naravne znamenitosti, narava	55%	+1
Družabni dogodki, festivali	27%	+3

## SPODBUDA

Objave na družbenih medijih, blogih	15%	+1
Članki v tiskanih medijih	13%	+1
Cena destinacije	31%	-3
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	17%	-1
Pretekle izkušnje	47%	-5

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	61%	+5
Članki v tiskanih medijih	16%	+3
Potopisna literatura	25%	+0
Članki na spletu	44%	-9
Blogi	14%	+0

## NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namest.	38%	+4
Lastna nastanitev	25%	+15
Pri ponudniku aktivnosti	9%	+0
Organizator	5%	+0
Booking.com	34%	-21

## S KOM POTUJE

Z družino	60%	+28
S prijatelji	10%	-2
Sam	7%	-1
V paru	23%	-23

## LASTNOSTI:

Velikost*	95.345
Delež*	2%
Starost	41
Ženske	42%

Poletje	73%
Jesen	13%
Krajša potovanja	3
Daljša potovanja	2



## TIP DESTINACIJE

Drugje v naravi	65%	+33
Ob jezeru	48%	+14
Podeželje	35%	+13
V gorah	46%	+8
Terme (Wellness in Spa)	13%	-5

## VRSTA NAMESTITVE

Drugo	13%	+9
Kamper	14%	+4
Zasebna soba (npr. Airbnb)	15%	-11
<b>Glamping</b>	<b>11%</b>	<b>+7</b>
Namestitev pri sorod. ali prijat.	14%	-12

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	38%	+8
<b>Avtodom (kamper)</b>	<b>6%</b>	<b>+4</b>
Vlak	7%	+2
Avtobus	4%	+2
Letalo	45%	-15

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	66%	-5
Motor	11%	+7
<b>Kolo</b>	<b>10%</b>	<b>+5</b>
Avtobus	20%	-13
Peš	16%	-9

## AKTIVNOSTI

Zgodovina in gradovi	55%	+22
Gornišтво (zahtevnejše ture)	29%	+22
<b>Adrenalinski športni izzivi</b>	<b>29%</b>	<b>+23</b>
Naravne znamenitosti, narava	63%	+8
<b>Športne aktivnosti na vodi</b>	<b>30%</b>	<b>+11</b>

## SPODBUDA

Potopisna literatura	27%	+10
Članki na spletu	34%	+1
TV oddaje	20%	+4
Članki v tiskanih medijih	17%	+5
<b>TV oglasi</b>	<b>11%</b>	<b>+6</b>

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	47%	-7
Potopisna predavanja	21%	+8
Blogi	19%	+5
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	22%	-7
Pri agencijah	10%	-1

## NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	19%	+6
Neposredno pri ponud. namest.	33%	-1
Agoda.com	7%	+2
Agencija	19%	-2
Drugo	3%	+1

## S KOM POTUJE

<b>S prijatelji</b>	<b>29%</b>	<b>+16</b>
V paru	35%	-12
Sam	10%	+2
Z družino	27%	-5

## LASTNOSTI:

Velikost\*

**71.652**

Delež\*

**1%**

Starost

**39**

Ženske

**34%**

Poletje

**51%**

Jesen

**39%**

Krajša potovanja

**4**

Daljša potovanja

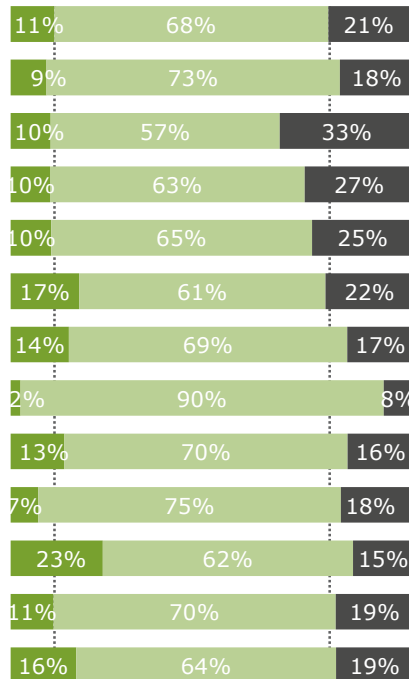
**2**



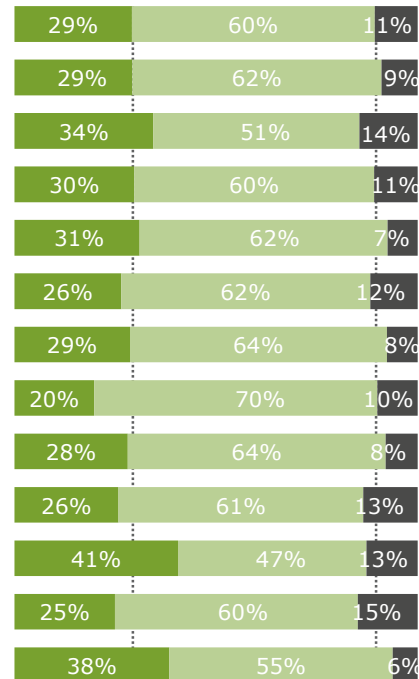
## IZBIRA NASTANITVE



## IZBIRA DESTINACIJE



## IZBIRA PREVOZA

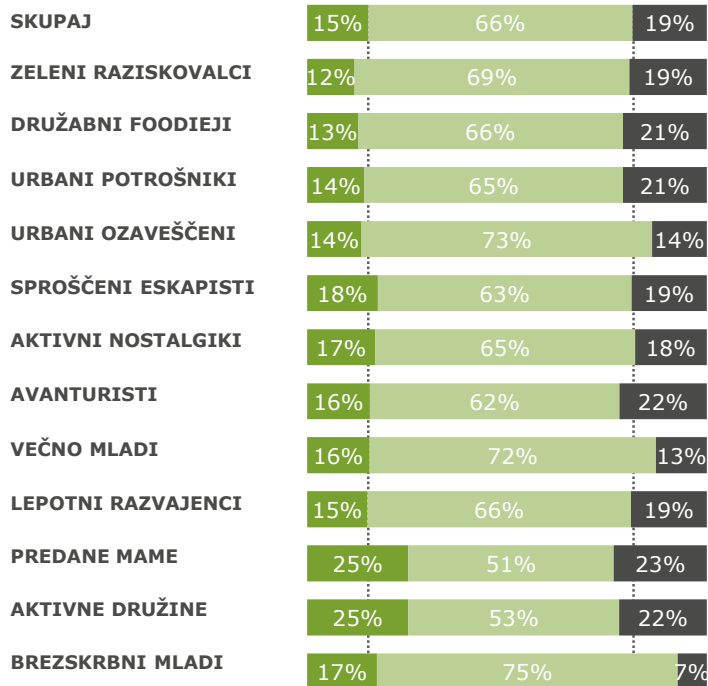


■ iščejo najugodnejšo ponudbo    
 ■ pretehtajo vrednost za denar    
 ■ se ne ozirajo na ceno

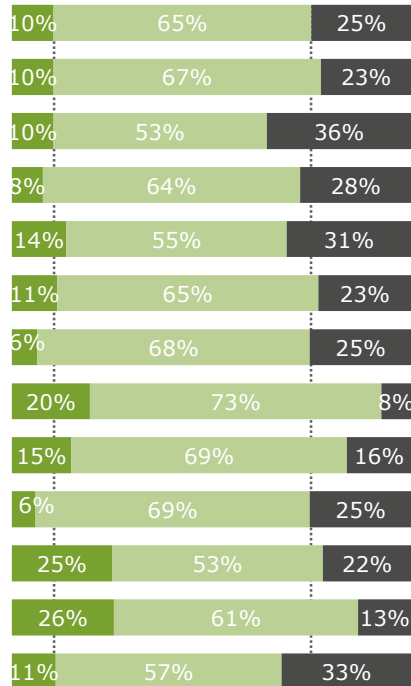




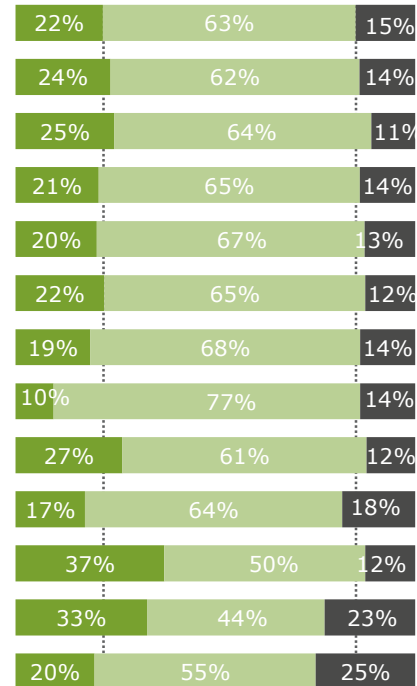
## IZBIRA DODATNIH AKTIVNOSTI



## IZBIRA HRANE



## NAKUPOVANJE



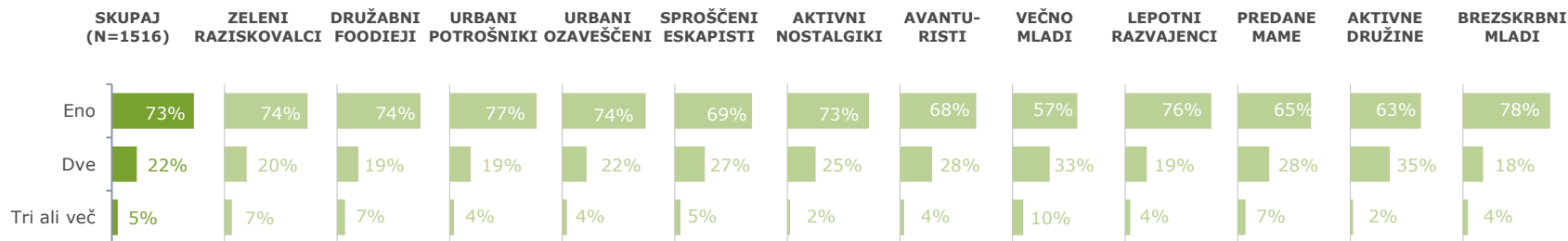
iščejo najugodnejšo ponudbo

pretehtajo vrednost za denar

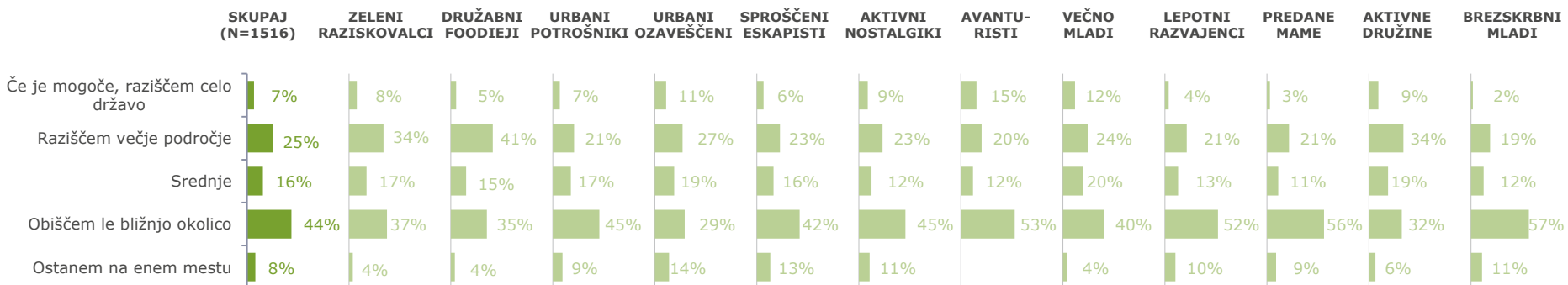
se ne ozirajo na ceno



## Število držav, ki jih obišejo znotraj enega potovanja, oddiha ali počitnic



## Raziskovanje znotraj ene države





**SPLOŠNI PREGLED  
POTOVALNIH NAVAD,  
MOTIVOV TER NAKUPNE POTI**



## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

Velikost*	<b>3.792.205</b>	Poletje	<b>51%</b>
Delež*	<b>69,3%</b>	Jesen	<b>23%</b>
Starost	<b>40</b>	Krajša potovanja	<b>4</b>
Ženske	<b>48%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>46%</b>
Z družino	<b>32%</b>
S prijatelji	<b>12%</b>
Sam	<b>8%</b>
S sorodniki	<b>1%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Ob morju	<b>53%</b>	74%
Mesta	<b>13%</b>	54%
V gorah	<b>6%</b>	38%

**6 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Sonce in morje	<b>65%</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>55%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>54%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>49%</b>
Turistične znamenitosti	<b>46%</b>
Nakupovanje	<b>44%</b>
Wellness in (beauty) spa	<b>37%</b>
Gastronomski užitki	<b>35%</b>
Rekreacija	<b>33%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>33%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>14%</b>	37%
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>5%</b>	33%
Sprostitev	<b>9%</b>	29%
Obisk lepe destinacije	<b>9%</b>	29%
Umik od vsakdana	<b>8%</b>	28%
Preživeti čas s partnerjem	<b>8%</b>	26%
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>7%</b>	25%
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>10%</b>	24%
Doživeti drugo kulturo	<b>5%</b>	24%
Obisk mesta, prestolnice	<b>6%</b>	19%

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Italija	<b>46%</b>	53%
Nemčija	<b>41%</b>	52%
Francija	<b>39%</b>	47%
Španija	<b>40%</b>	47%
Švica	<b>31%</b>	40%
Nevropske države	<b>27%</b>	35%
Avstrija	<b>27%</b>	33%
Združeno kraljestvo Velike Britanije in Severne Irske	<b>19%</b>	24%
Grčija	<b>17%</b>	23%
Portugalska	<b>17%</b>	22%
Slovenija	<b>2%</b>	3%

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / LASTNOSTI CILJNE SKUPINE: Velikost in delež predstavljata velikost ciljne skupine glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).



## VRSTA NAMESTITVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Zasebna namestitvev: 26%**

**Hostel: 23%**

**Kamp: 15%**

## REZERVACIJA:



**70%**

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO AVTO VLAK AVTODOM AVTOBUS

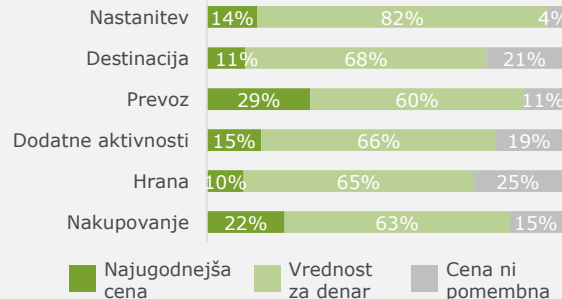


**60** - **30** **71** **4** **24** **2** **4** **2** **33**

Do destinacije

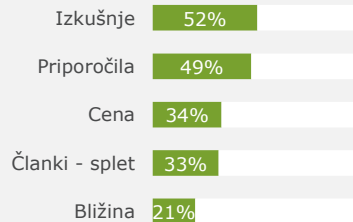
Na destinaciji (25% PEŠ, 5% KOLO, 4% MOTOR)

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:

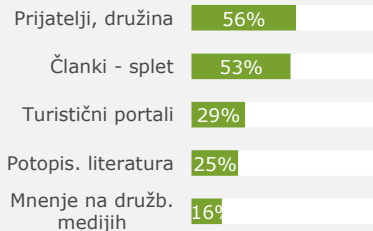


## NAKUPNA POT:

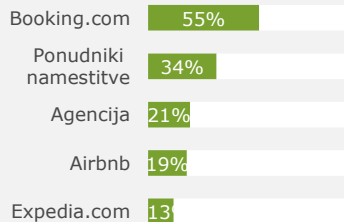
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

	NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
<b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b>	<b>81 €</b>	<b>84 €</b>
<b>PREVOZ na osebo</b>	<b>149 €</b>	<b>153 €</b>

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / VRSTA NAMESTITVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški



## LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE:

Velikost*	<b>590.838</b>	Poletje	<b>50%</b>
Delež*	<b>10,8%</b>	Jesen	<b>24%</b>
Starost	<b>41</b>	Krajša potovanja	<b>4</b>
Ženske	<b>40%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>49%</b>
Z družino	<b>27%</b>
Sam	<b>14%</b>
S prijatelji	<b>9%</b>
S sorodniki	<b>1%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Ob morju	<b>55%</b>	72%
Mesta	<b>12%</b>	52%
Ob jezeru	<b>6%</b>	41%

**6 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Sonce in morje	<b>60%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>56%</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>54%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>50%</b>
Turistične znamenitosti	<b>42%</b>
Nakupovanje	<b>40%</b>
Wellness in (beauty) spa	<b>38%</b>
Gastronomski užitki	<b>38%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>37%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>34%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>10%</b>	<b>33%</b>
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>7%</b>	<b>33%</b>
Doživeti drugo kulturo	<b>7%</b>	<b>31%</b>
Obisk lepe destinacije	<b>11%</b>	<b>30%</b>
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>10%</b>	<b>29%</b>
Sprostitev	<b>8%</b>	<b>24%</b>
Preživeti čas s partnerjem	<b>6%</b>	<b>23%</b>
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>9%</b>	<b>22%</b>
Umik od vsakdana	<b>5%</b>	<b>21%</b>
Obisk mesta, prestolnice	<b>5%</b>	<b>19%</b>

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Nemčija	<b>41%</b>	<b>52%</b>
Italija	<b>44%</b>	<b>51%</b>
Avstrija	<b>39%</b>	<b>47%</b>
Španija	<b>37%</b>	<b>44%</b>
Francija	<b>38%</b>	<b>44%</b>
Švica	<b>32%</b>	<b>40%</b>
Nevropske države	<b>28%</b>	<b>35%</b>
Hrvaška	<b>24%</b>	<b>28%</b>
Portugalska	<b>19%</b>	<b>24%</b>
Nizozemska	<b>17%</b>	<b>24%</b>
Slovenija	<b>14%</b>	<b>22%</b>

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec v ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno in so že obiskali Slovenijo, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski. / LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE: Velikost in delež predstavljata velikost podzorca (obiskovalci Slovenije) glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE - TOP 10: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).



## VRSTA NAMESTITVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Sorodniki, prijatelji: 26%**

**Hostel: 25%**

**Lastna nepremičnina: 16%**

## REZERVACIJA:



**79%**

## NAČIN TRANSPORTA (%):

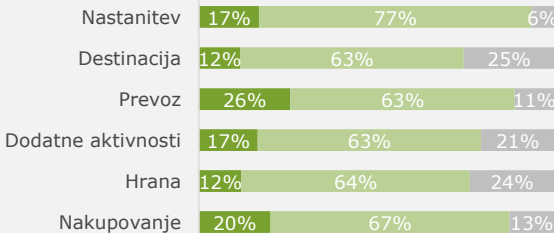
LETALO AVTO VLAK AVTODOM AVTOBUS



Do destinacije

Na destinaciji (20% PEŠ, 7% MOTOR, 4% KOLO)

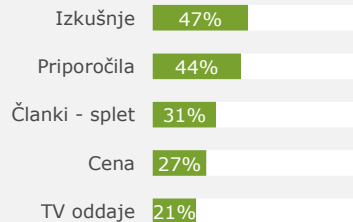
## CENOVNA OBČUTLJIVOST:



Najugodnejša cena  Vrednost za denar  Cena ni pomembna

## NAKUPNA POT:

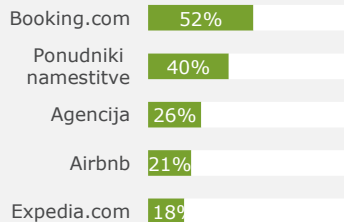
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

	NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
<b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b>	<b>74 €</b>	<b>80 €</b>
<b>PREVOZ na osebo</b>	<b>162 €</b>	<b>172 €</b>

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec v ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno in so že obiskali Slovenijo, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski. / VRSTA NAMESTITVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa v naprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN IN PORABA: prikazuje stroške prevoza na osebo in vse ostale stroške povezane z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



## LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE:

Velikost*	<b>127.199</b>	Poletje	<b>49%</b>
Delež*	<b>2,3%</b>	Jesen	<b>27%</b>
Starost	<b>38</b>	Krajša potovanja	<b>4</b>
Ženske	<b>40%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>50%</b>
Z družino	<b>27%</b>
Sam	<b>10%</b>
S prijatelji	<b>10%</b>
S sorodniki	<b>3%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Mesta	<b>17%</b>	<b>78%</b>
Ob morju	<b>52%</b>	<b>71%</b>
Prestolnica	<b>2%</b>	<b>53%</b>

**6 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Sonce in morje	<b>74%</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>69%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>68%</b>
Turistične znamenitosti	<b>65%</b>
Nakupovanje	<b>62%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>57%</b>
Gastronomski užitki	<b>44%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>43%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>40%</b>
Družabni dogodki, festivali, prireditve	<b>40%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>14%</b>	<b>53%</b>
Doživeti drugo kulturo	<b>10%</b>	<b>42%</b>
Umik od vsakdana	<b>3%</b>	<b>30%</b>
Sprostitev	<b>5%</b>	<b>30%</b>
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>4%</b>	<b>29%</b>
Obisk lepe destinacije	<b>17%</b>	<b>29%</b>
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>11%</b>	<b>28%</b>
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>4%</b>	<b>28%</b>
Preživeti čas s partnerjem	<b>5%</b>	<b>26%</b>
Poskrbeti zase, se prenoviti	<b>5%</b>	<b>18%</b>

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Slovenija	<b>64%</b>	<b>100%</b>	
Avstrija	<b>76%</b>	<b>84%</b>	
Nemčija	<b>62%</b>	<b>81%</b>	
Španija	<b>57%</b>	<b>71%</b>	
Italija	<b>62%</b>	<b>71%</b>	
Švica	<b>47%</b>	<b>62%</b>	
Hrvaška	<b>55%</b>	<b>60%</b>	
Francija	<b>51%</b>	<b>57%</b>	
Nevropske države	<b>46%</b>	<b>51%</b>	■ Ponovljen obisk
Nizozemska	<b>35%</b>	<b>44%</b>	■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec in ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno, med njihovimi destinacijami pa je tudi Slovenija. / LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE: Velikost in delež predstavljata velikost podvzorca (turisti Slovenije) glede na populacijo v starosti 18 do 65 let./ POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE - TOP 10: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10).





## VRSTA NAMESTITVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Sorodniki, prijatelji: 38%**

**Hostel: 28%**

**Lastna nepremičnina: 15%**

## REZERVACIJA:



**72%**

## NAČIN TRANSPORTA (%):

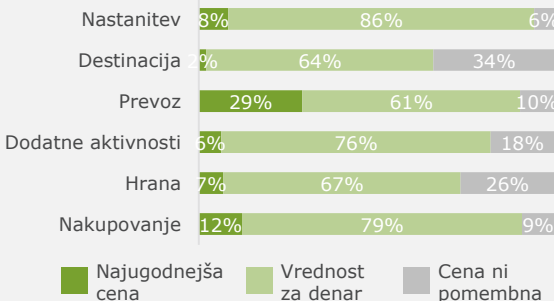
LETALO AVTO VLAK AVTOBUS AVTODOM



Do destinacije

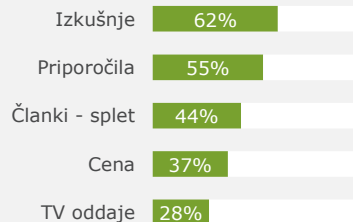
Na destinaciji (21% PEŠ, 4% MOTOR, 3% KOLO)

## CENOVNA OBCUTLJIVOST:

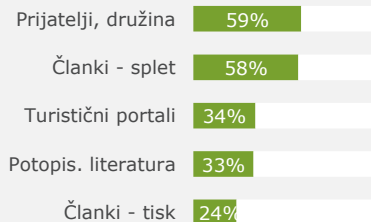


## NAKUPNA POT:

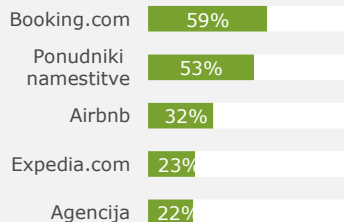
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:

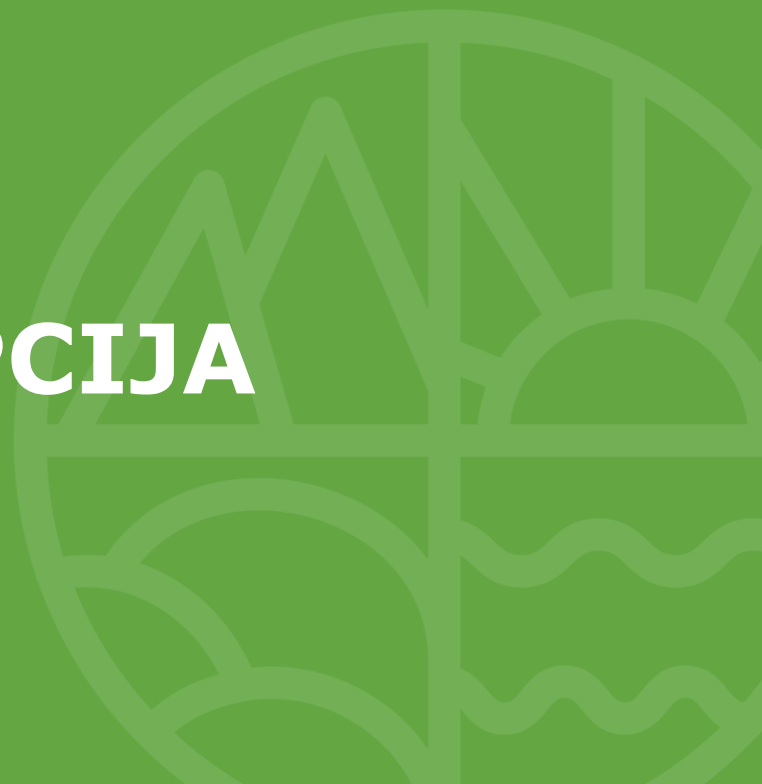


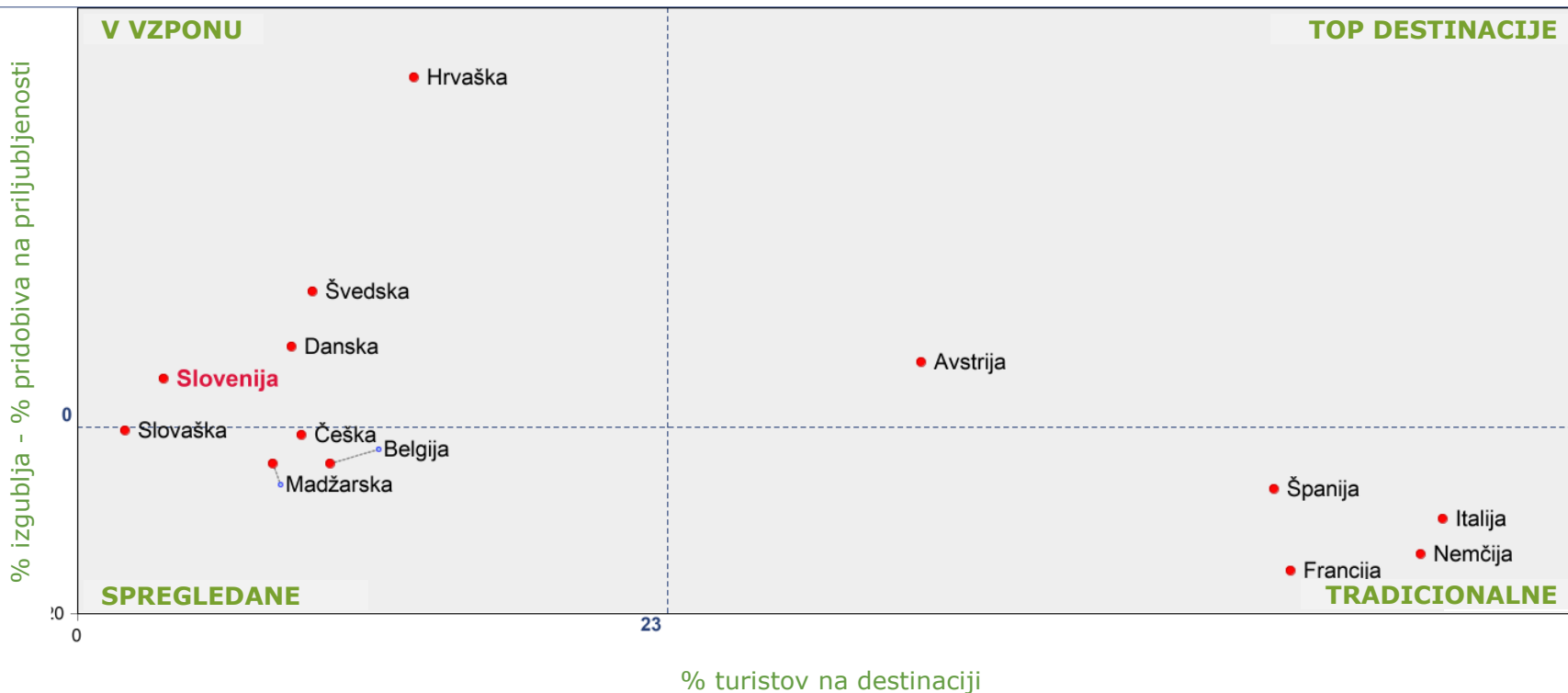
## PRORAČUN IN PORABA:

		NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan	v Evropi	74 €	82 €
	v SLO	60 €	59 €
PREVOZ na osebo	v Evropi	143 €	146 €
	v SLO	139 €	141 €

Rezultati zastopajo podvzorec v ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno, med njihovimi destinacijami pa je tudi Slovenija. / VRSTA NAMESTITVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBCUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN IN PORABA: prikazuje stroške prevoza na osebo in vse ostale stroške povezane z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.

# **PODOBA IN PERCEPCIJA SLOVENIJE**



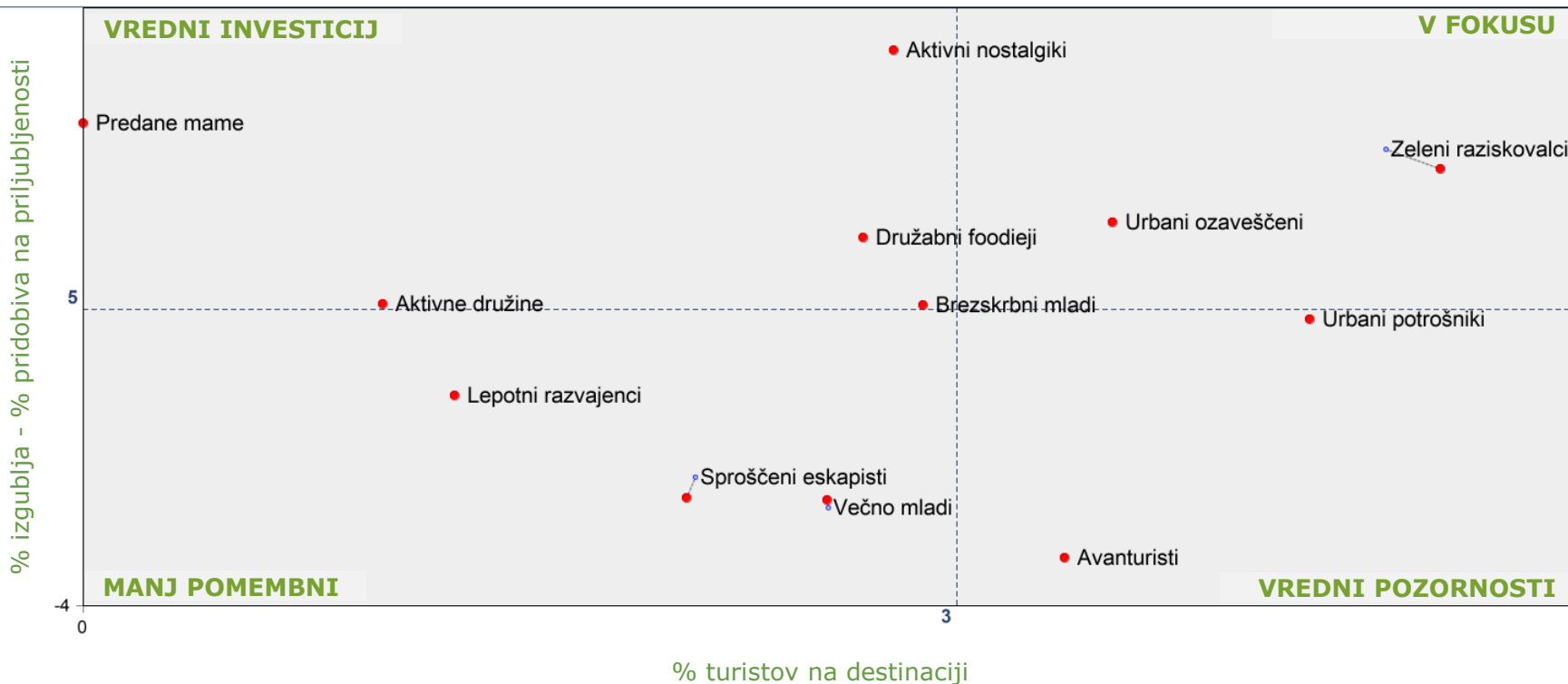


**OPOMBE:**

V grafu je prikazan delež obiskovalcev glede na razmerje pridobiva - izgublja na priljubljenosti (destinacija % izgublja - % pridobiva). % turistov na destinaciji predstavlja obiskanost destinacije (največji delež turistov se nahaja na destinacijah v desnem kvadrantu).

# ŠVICA: Relevantnost Slovenije

Relevantnost Slovenije kot turistične destinacije glede na priljubljenost po segmentih turistov

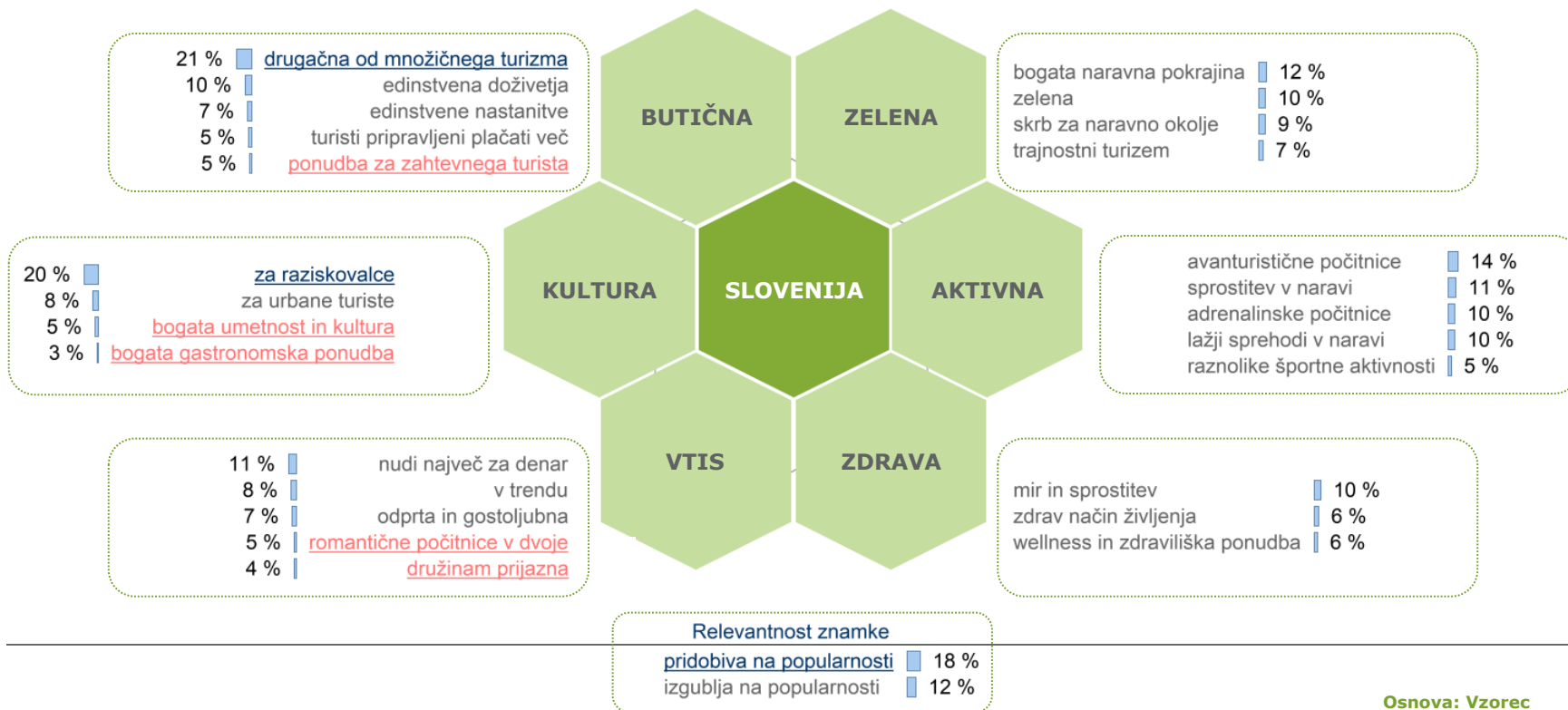


**OPOMBE:**

V grafu je prikazan delež obiskovalcev glede na razmerje pridobiva - izgublja na priljubljenosti (destinacija % izgublja - % pridobiva). % turistov na destinaciji predstavlja obiskanost destinacije (največji delež turistov se nahaja na destinacijah v desnem kvadrantu).



n=1516

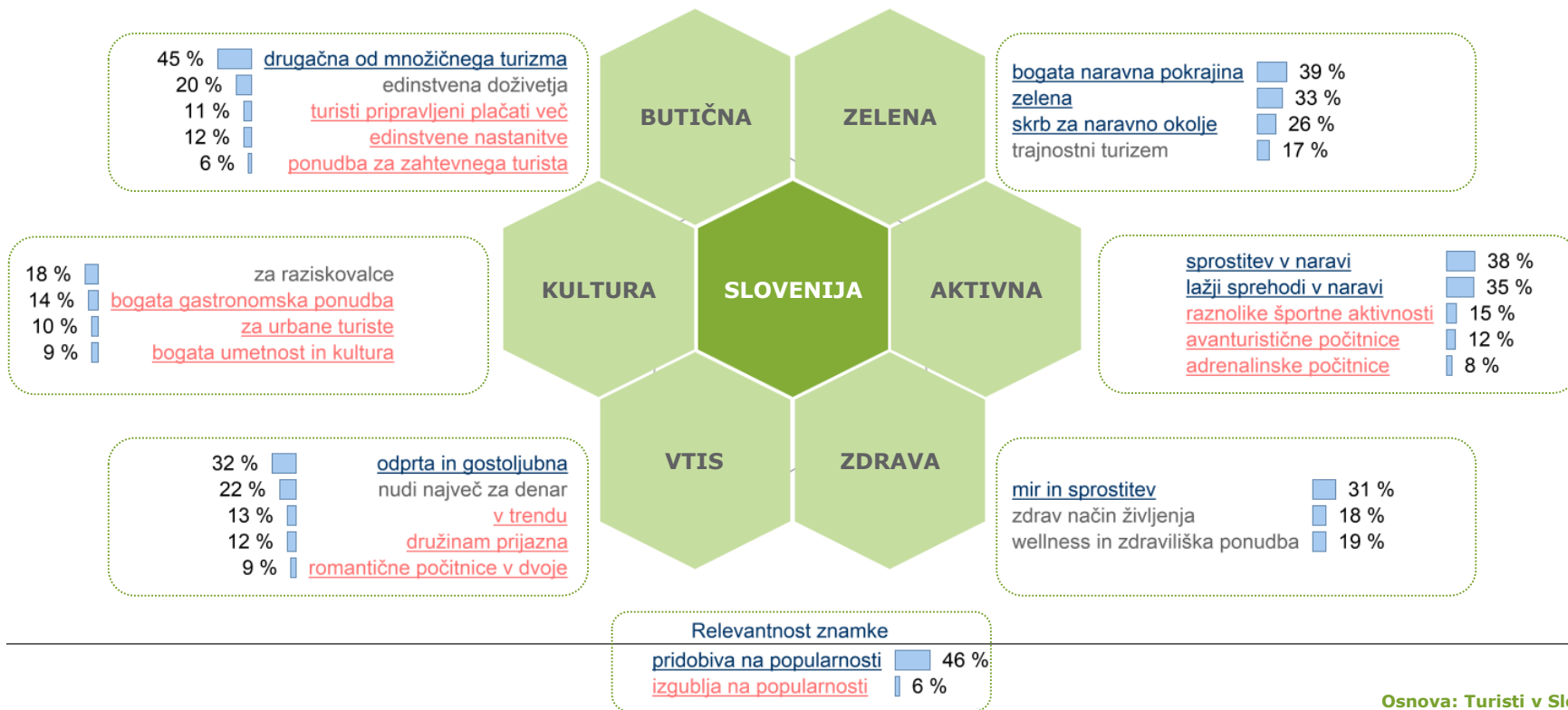


Osnova: Vzorec





n=51



Osnova: Turisti v Sloveniji

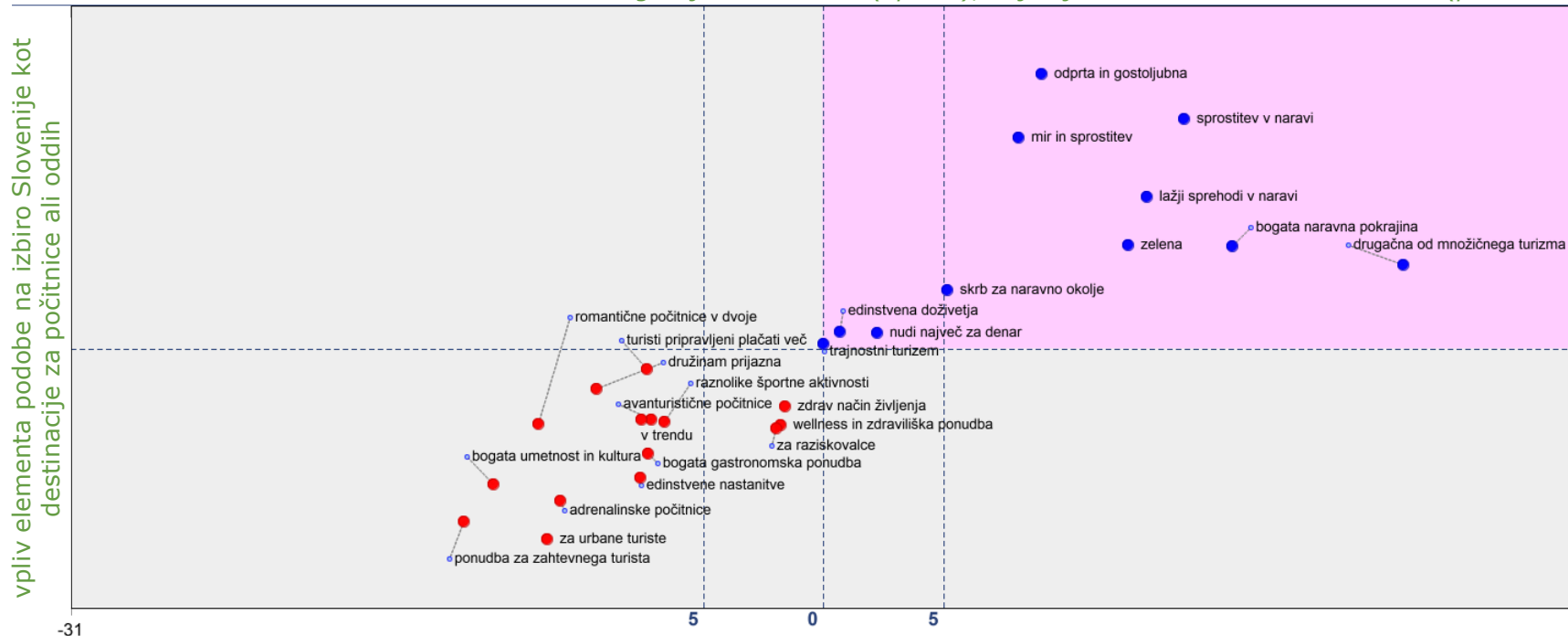
# ŠVICA: Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih

Podvzorec: turisti v Sloveniji



\*zanimivi elementi so v zgornjem delu slike (vplivni), najboljši so tisti na desni strani slike (pomembni)



šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

**OPOMBE:**

Vodila za interpretacijo: elementi v zgornjem desnem kvadrantu močno vplivajo na podobo destinacije. To so elementi, ki vplivajo na to, da se posameznik odloči za dopustovanje na destinaciji. Višji srednji kvadrant predstavlja nove priložnosti.

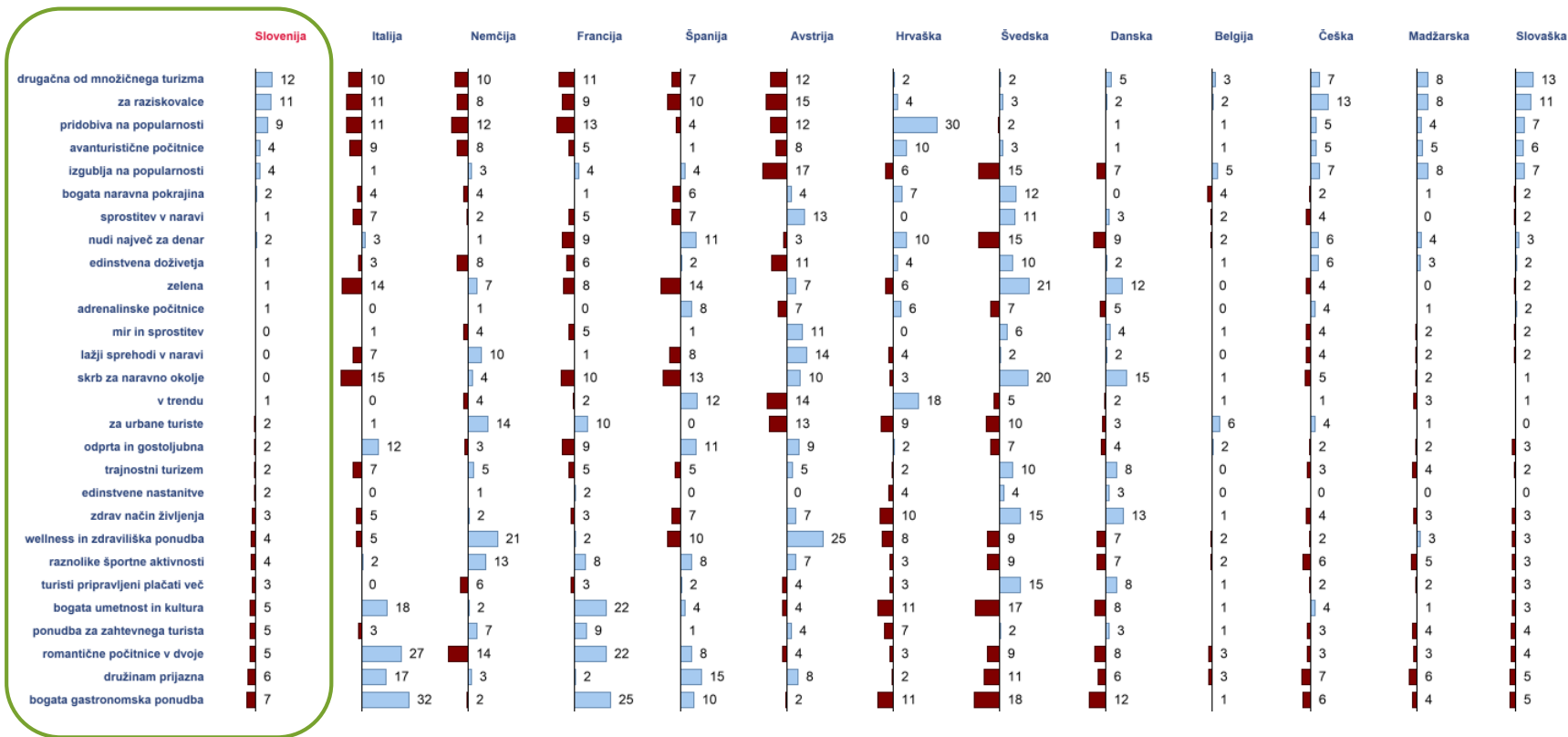




Anketiranci so za vsak navedeni element oziroma trditev, ki je vezana na podobo držav kot turističnih destinacij, izbrali tri izmed ponujenih držav, za katere menijo, da trditve najbolj veljajo. Najprej so izbrali državo, za katero trditev najbolj velja. Prikazani so deleži navedb za destinacije po elementih. Elementi so sortirani po deležu navedb za destinacijo Slovenija.

**OPOMBE:**

# ŠVICA: Značilni elementi destinacij



Prikazana so odstopanja od teoretske vrednosti za vsak element. Pozitivno odstopanje v desno (modra barva) pomeni, da je element bolj značilen za to destinacijo glede na ostale destinacije. Negativno odstopanje v levo (rdeča barva) pomeni, da je element manj značilen za to destinacijo glede na ostale destinacije. Elementi so sortirani glede na značilnosti za destinacijo Slovenija.

**OPOMBE:**

# **POZNAVANJE, IZKUŠNJA IN PRIPOROČILA SLOVENIJE**





## POZNAVANJE SLOVENIJE

Osnova: vzorec

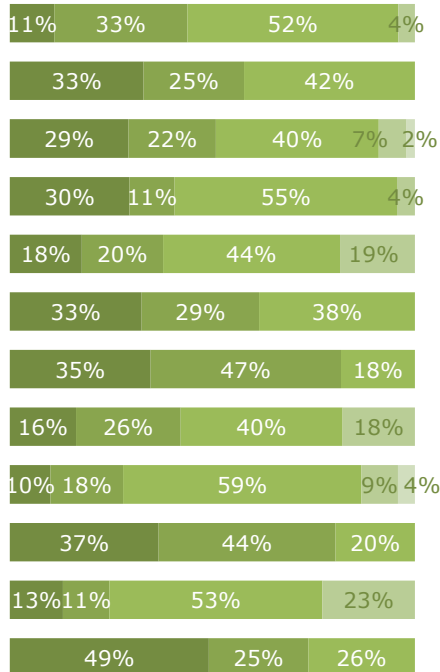


Poznavanje:

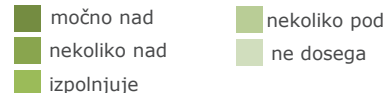


## ZADOVOLJSTVO

Osnova: obiskovalci Slovenije

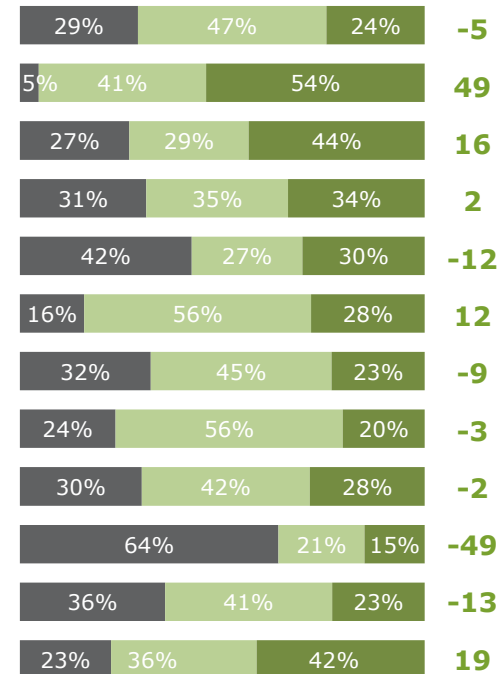


Izpolnjevanje pričakovanj:



## NPS - STOPNJA PRIPOROČANJA

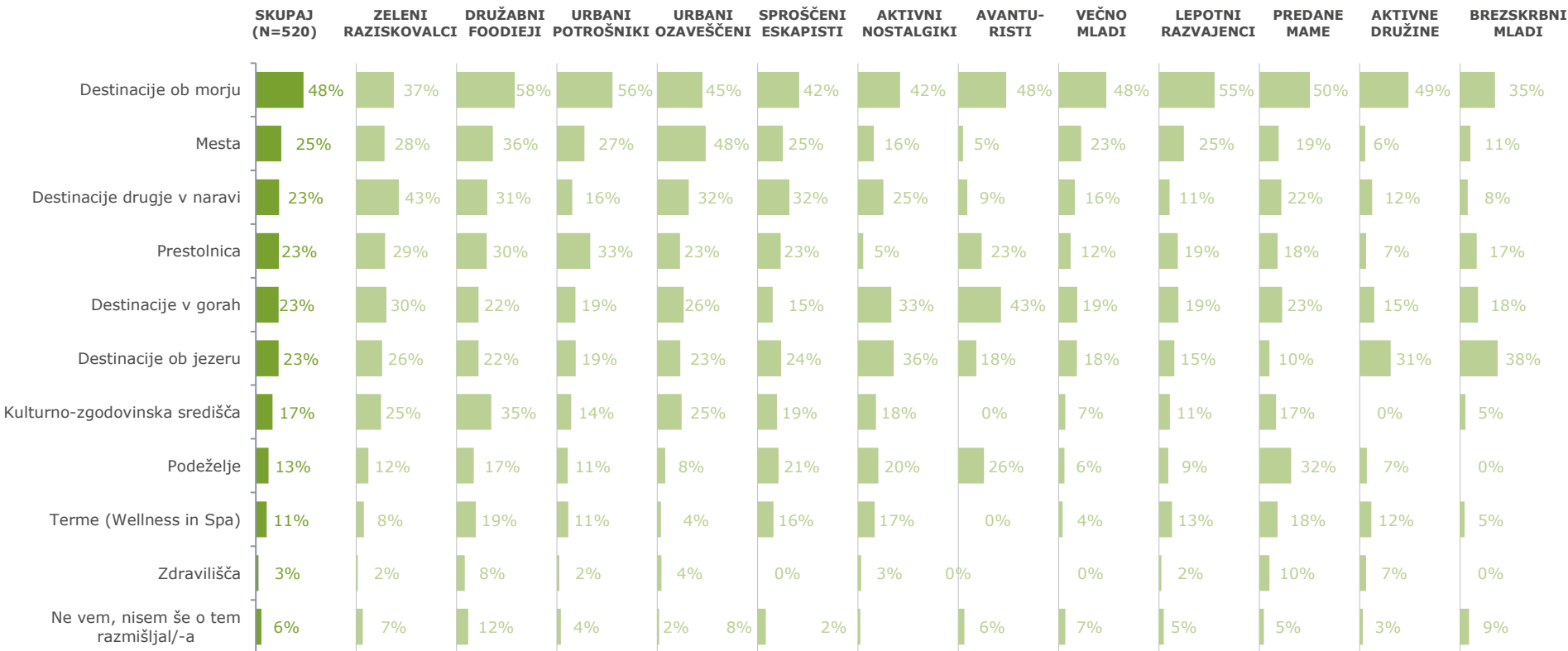
NPS Indeks



Priporočila:



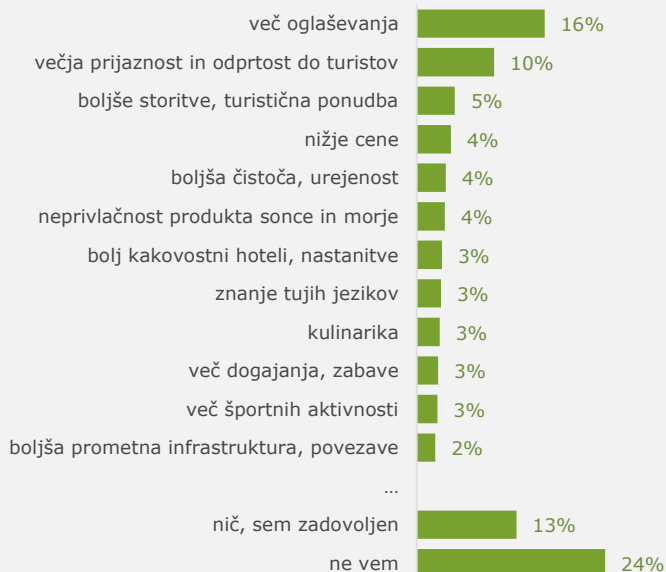
**OPOMBA:** Obrekovalci predstavljajo vrednosti od 0-6, nevtralni 7-8, promotorji 9-10 (priporočajo državo). NPS index je delež promotorjev minus delež obrekovalcev in kaže na stopnjo lojalnosti.





## Priložnosti za izboljšave - Top 12

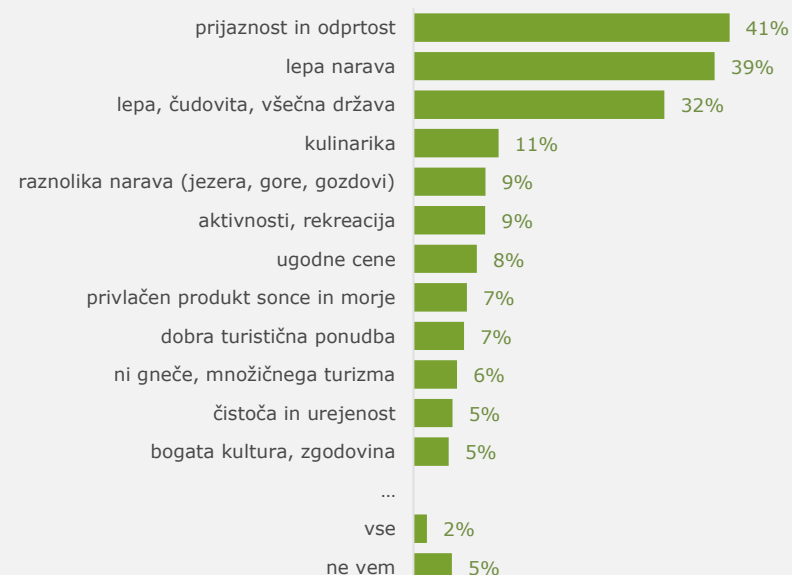
Obrekovalci in nevtralni (Slovenije ne bi priporočili), n=160



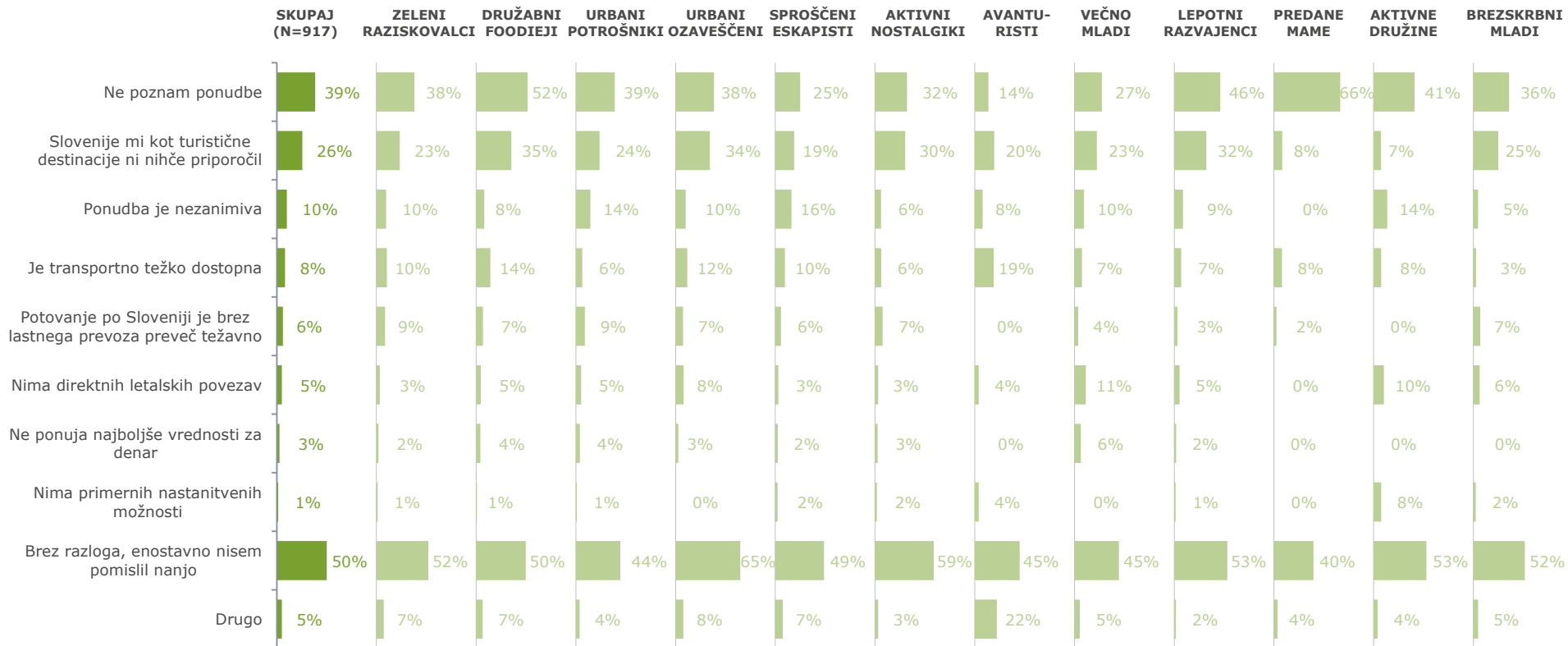
**OPOMBE:** OSTALE NAVEDBE: premalo poznam, modernizacija, narava, pokrajina, ohranjanje varnosti, več hotelskih kapacitet, nastanitve, ponudba lokalnega, lastne kulture, usmeritev izven množičnega turizma, nižja cena / ukinitve vinjet, drugačen družbeno politični odnos

## Elementi navdušenja - Top 12

Promotorji (Slovenijo bi priporočili), n=76



**OPOMBE:** OSTALE NAVEDBE: znamenitosti, zanimivosti, bližina, lokacija, nastanitve, prijetno, zabavno vzdušje, zelena dežela, primerno za počitek in sprostitve



**OPOMBE:**

Odgovori so predstavljeni na podvzorcju tistih, ki so v anketi odgovorili, da Slovenijo poznajo ali so zanjo že vsaj slišali, vendar je še niso obiskali (podvzorec: neobiskovalci). Odgovori predstavljajo razloge, zaradi katerih Slovenije niso obiskali. Možnih je bilo več odgovorov.

**PRILOGE**







## Dodatna pojasnila

**Velikosti ciljnih skupin in segmentov** (absolutne vrednosti) so bile izračunane na osnovi **podatkov o populaciji** držav na dan 1. jan., 2018\*:

Država	Celotna populacija*	Populacija v starosti 18-65 let*
Belgija	11.351.727	7.075.878
Češka	10.578.820	6.811.816
Danska	5.748.769	3.549.649
Madžarska	9.797.561	6.382.651
Španija	46.528.024	29.823.712
Švedska	9.995.153	6.050.551
Švica	8.419.550	5.472.750

Pri izračunu porabe turistov je bila uporabljena **valutna konverzija** na dan 28. okt., 2018\*\*:

- **Češka:** 1 CZK= 0.03869 EUR
- **Danska:** 1 DKK= 0.13404 EUR
- **Madžarska:** 1 HUF= 0.00309 EUR
- **Švedska:** 1 SEK= 0.09680 EUR
- **Švica:** 1 CHF= 0.87290 EUR

\*Vir: <http://ec.europa.eu/eurostat>

\*\*Vir: <https://www.ecb.europa.eu>



## Legenda ikon

### VRSTA NAMESTITVE



**Apartma**



**Hostel**



**Hotel**



**Butični  
hotel**



**Zasebna  
namestitev**



**Kamp**



**Sorodniki ali  
prijatelji**

### NAČIN TRANSPORTA



**Letalo**



**Avto**



**Kolo**



**Hoja**



**Javni  
prevoz  
(avtobus)**



**Javni  
prevoz  
(vlak)**



**Avtodom**



**Motor**

# ŠVICA: Zeleni raziskovalci (15,4%)



Ime persone, ki predstavlja segment turistov v državi. Odstotek predstavlja delež persone v primerjavi z vsemi turisti v državi)



## TIP DESTINACIJE

V gorah	67%	+29
---------	-----	-----

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## VRSTA NAMESTITVE

Apartm	66%	+21
--------	-----	-----

Vprašanje: Kakšne vrste namestitev običajno iščete za svoj oddih, počitnice ali potovanje? (razvrščanje do 5 odgovorov)

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Vlak	7%	+3
------	----	----

Vprašanje: Katero prevozno sredstvo največkrat uporabite za prihod na destinacijo ?

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	44%	+11
---------	-----	-----

Vprašanje: Kako se običajno gibljete od ene do druge točke na destinaciji?

## AKTIVNOSTI

Naravne znamenitosti, narava	78%	+24
Ogledovni turizem, muzeji	74%	+25

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## SPODBUDA

Članki na spletu	45%	+12
TV oddaje	23%	+7
Bližina destinacije	26%	+5

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	63%	+9
Spletni portali (Tripadvisor, Booking.com, Airbnb, Expedia, Lastminute.com, Lastminute.co.uk, Lastminute.com.au, Lastminute.com.au)	39%	+10

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	64%	+8
Airbnb	30%	+10
Neposredno	38%	+4

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## S KOM POTUJE

V paru	49%	+3
Sam	11%	+3
S prijatelji	12%	+0

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>585.185</b>
Delež*	<b>11%</b>
Starost	<b>40</b>
Ženske	<b>47%</b>

Poletje	<b>48%</b>
Jesen	<b>24%</b>
Krajša potovanja	<b>4</b>
Daljša potovanja	<b>2</b>

# ŠVICA: Splošne potovalne navade in motivi



Podnaslov „Podvzorec“ označuje, na katerem podvzorc so prikazani rezultati. V primeru, kjer podvzorec ni naveden, so rezultati prikazani na celotni ciljni skupini.

## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

Velikost*	<b>3.792.205</b>	Podatki izračunani glede na velikost celotne populacije države.	<b>51%</b>
Delež*	<b>69,3%</b>		<b>23%</b>
Starost	<b>40</b>		<b>4</b>
Ženske	<b>48%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

Vprašanje: S kom običajno preživljate oddih, počitnice ali potujete na potovanje?

Sam	<b>8%</b>
S sorodniki	<b>1%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Top 3 - Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

V gorah	<b>6%</b>	<b>32%</b>	<b>38%</b>
---------	-----------	------------	------------

**6 x**

letno potuje

Pogostost potovanja v tujino ne glede na dolžino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Top 10 - Vprašanje: Kakšne vrste aktivnosti so za vas pomembne, ko potujete v tujino z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? (več odgovorov)

in morje	<b>65%</b>
Turistične znamenitosti	<b>40%</b>
Nakupovanje	<b>44%</b>
Wellness in (beauty) spa	<b>37%</b>
Gastronomski užitki	<b>35%</b>
Rekreacija	<b>33%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>33%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Top 10 TOM - Vprašanje: Kateri je vaš glavni motiv (kateri so še drugi), da greste na oddih, počitnice ali potovanje po Evropi? (en glavni odgovor (TOM) in ostali odgovori)

ti nekaj novega	<b>14%</b>	<b>37%</b>
Umik od vsakdana	<b>8%</b>	<b>28%</b>
Preživeti čas s partnerjem	<b>8%</b>	<b>26%</b>
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>7%</b>	<b>25%</b>
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>10%</b>	<b>24%</b>
Doživeti drugo kulturo	<b>5%</b>	<b>24%</b>
Obisk mesta, prestolnice	<b>6%</b>	<b>19%</b>

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Top 10 - OBISK DRŽAV IN PONOVA NAMERA OBISKA, pri čemer je bil podrobno podan nabor evropskih držav - Vprašanje: V katerih državah ste kadarkoli bivali vsaj 2 noči z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? Ali bi katero izmed držav, kjer ste že potovali, obiskali ponovno? Navedbe smo primerjali s Slovenijo. (več odgovorov)

Italija	<b>46%</b>	<b>53%</b>
Neevropske države	<b>27%</b>	<b>35%</b>
Avstrija	<b>27%</b>	<b>33%</b>
Združeno kraljestvo Velike Britanije in Severne Irske	<b>19%</b>	<b>24%</b>
Grčija	<b>17%</b>	<b>23%</b>
Portugalska	<b>17%</b>	<b>22%</b>
Slovenija	<b>24%</b>	<b>3%</b>

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / LASTNOSTI CILJNE SKUPINE: Velikost in delež predstavljata velikost ciljne skupine glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujete. / VRSTA DESTINACIJE: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).

# ŠVICA: Elementi nakupne poti in potrošnja



Podnaslov „Podzvorec“ označuje, na katerem podzvorec so prikazani rezultati. V primeru, kjer podzvorec ni naveden, so rezultati prikazani na celotni ciljni skupini.

## VRSTA NAMESTITIVE:

Top 3 najbolj običajne namestitve prikazane v ikonah. Manj pogoste namestitve so navedene v tekstu.  
Vprašanje: Kakšne vrste namestitev običajno iščete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?  
Razvrstite od za vas bolj do manj običajne vrste namestitve. (več odgovorov)

## REZERVACIJA:

Vprašanje: Koliko vnaprej običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje po Evropi? Podatek prikazuje najpogostejše navedeni rezultat in vključuje vse ostale časovno krajše navedbe.

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO VLAKE AVTODOM AVTOBUS



60

Do destinacije

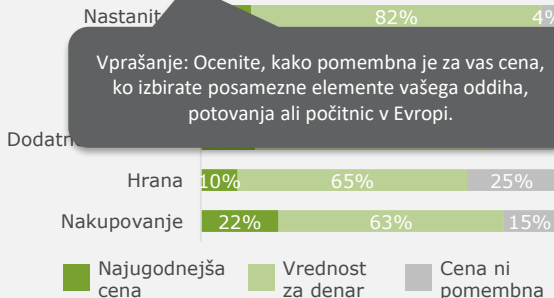
Na destinaciji (25% PEŠ, 5% KOLO, 4% MOTOR)

Vprašanje: Katero prevozno sredstvo največkrat uporabite za prihod na destinacijo /Kako se običajno gibljete od ene do druge točke na destinaciji vašega oddiha, počitnic ali potovanja?



2 33

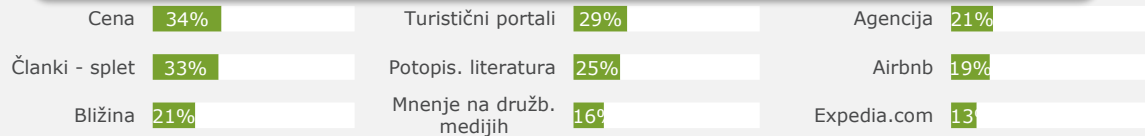
## CENOVNA OBČUTLJIVOST:



## NAKUPNA POT:

### SPODBUDE

Top 5 navedb - Vprašanja: Kaj najbolj spodbudi vaše zanimanje za destinacijo, ko začnete razmišljati / Kje vse iščete informacije, ko se želite informirati o določeni destinaciji za preživljanje / Kako običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje v Evropi? (več odgovorov)



## PRORAČUN IN PORABA:

### NAČRTOVANI DEJANSKI

Vprašanje: Pomislite na vaše zadnje počitnice ali oddih v Evropi / Bivanje v Sloveniji (podzvorec Turisti v Sloveniji), kjer ste prespali vsaj 2 noči in ocenite načrtovane in dejanske stroške vašega potovanja. Stroški so izračunani na osebo na osnovi dodatnega preverjanja števila oseb in števila dni potovanja.

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / VRSTA NAMESTITIVE: kje običajno prespajo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški povezani z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



**VALICON Ljubljana**

Kopitarjeva 2  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 420 49 00  
F: +386 1 420 49 60  
info@valicon.si

**VALICON Zagreb**

Baruna Trenka 16  
10000 Zagreb  
T: +385 1 640 99 55  
F: +385 1 640 99 56  
info@valicon.hr

**VALICON Sarajevo**

Branilaca Sarajeva 20  
71000 Sarajevo  
T: +387 33 258 655  
F: +387 33 258 656  
info@valicon.ba

**VALICON Beograd**

Gavrila Principa 16/2  
11000 Beograd  
T: +381 11 32 86 978  
F: +381 11 30 30 444  
info@valicon.rs