



# IDENTIFIKACIJA TRŽNEGA POTENCIALA

Poročilo raziskave o potovalnih navadah, poziciji  
Slovenije in segmentacija turistov

AVSTRIJA

December 2017



## 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:** Zenel Batagelj

---

### 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





**8**  
držav



REPREZENTATIVEN VZOREC

**23.647**

anketirancev



**12.380**

predstavnikov ciljne  
populacije



**2.771**

turistov in obiskovalcev  
Slovenije

**12**  
PERSON



**T = 19:15**

Povprečni čas trajanja ankete



**14. 11. – 5. 12. 2017**

Obdobje zbiranja podatkov

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

**VALICON**

Globalen ponudnik spletnih panelov:

**research  
now**



## O projektu

VALICON je za Slovensko turistično organizacijo izvedel globalno spletno raziskavo „Identifikacija tržnega potenciala“, ki je potekala vzporedno na 8-ih ciljnih trgih:

- **Italija,**
- **Avstrija,**
- **Nemčija,**
- **Združeno kraljestvo,**
- **Francija,**
- **Ruska federacija,**
- **Nizozemska,**
- **Poljska.**





# 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 2052** ter **prejemniki** večih **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)



2017 TOP 50  
INNOVATIVE  
COMPANY

RESEARCH NOW  
RANKED #6

# METODOLOGIJA





# Metodološki okvir raziskave



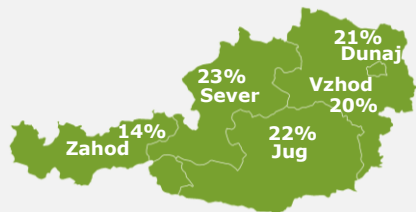
|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Način izvedbe</b>       | Spletna raziskava, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), Valicon v sodelovanju s spletnimi paneli podjetja Research Now.                                 |
| <b>Država izvedbe</b>      | Avstrija   |
| <b>Obdobje izvedbe</b>     | 17. november - 24. november 2017   |
| <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=2.337;<br>Ciljna skupina: n=1.547;<br>Obiskovalci Slovenije: n=653;<br>Turisti Slovenije: n=233.   |
| <b>Reprezentativnost</b>   | Ciljna oseba je izbrana iz vzorčnega okvira, ki je reprezentativen za populacijo v starosti od 18 do 65 let.<br>Podatki so uteženi glede na spol, starost in regijo. |
| <b>Dolžina vprašalnika</b> | Povprečni čas trajanja anket: t=21:27.   |



# AVSTRIJA: Demografija vzorca



## REGIJE:



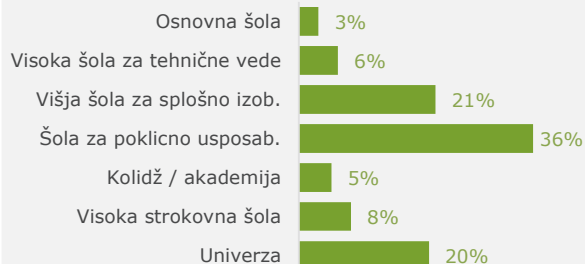
### PODROBNEJŠA OPREDELITEV REGIJ:

**Zahod:** TirolSKA, Voralberg. **Sever:** Zgornja Avstrija, Salzburg. **Jug:** Koroška, Štajerska. **Vzhod:** Spodnja Avstrija, Gradiščanska. **Dunaj.**

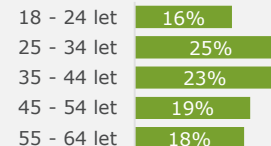
## SPOL:



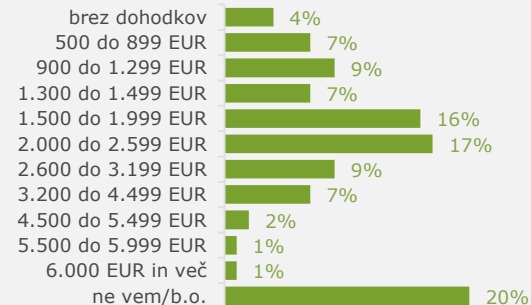
## IZOBRAZBA:



## STAROST:



## OSEBNI DOHODEK:



# Deleži in velikost vzorcev



Obrobjeni elipsi nakazujeta osnovo za izračune deležev.



| Osnova: AVSTRIJA 18-65 let |        |
|----------------------------|--------|
| POPULACIJA 18-65 LET       | 100,0% |
| CILJNA SKUPINA             | 66,2%  |
| OBISKOVALCI SLOVENIJE      | 27,9%  |
| TURISTI SLOVENIJE          | 10,0%  |

| Osnova: CILJNA SKUPINA |        |
|------------------------|--------|
| POPULACIJA 18-65 LET   | /      |
| CILJNA SKUPINA         | 100,0% |
| OBISKOVALCI SLOVENIJE  | 43,0%  |
| TURISTI SLOVENIJE      | 15,1%  |

| Absolutna velikost* |           |
|---------------------|-----------|
|                     | 5.574.356 |
|                     | 3.691.730 |
|                     | 1.557.660 |
|                     | 555.678   |

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





Top izbira

0,4%

**OŽJI POTENCIAL**  
Top izbira +  
ponovni obisk

12%

2%

**ŠIRŠI POTENCIAL**  
Izbira

18%

57%

Obisk ali izbira

21%

21%

**AVT**

n=1546

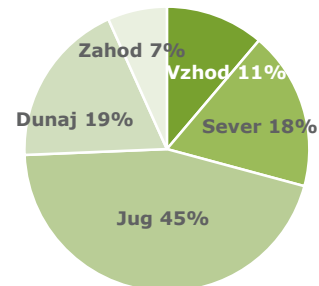
## OŽJI POTENCIAL:

12%

*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>437.562</b> |
| Vzhod               | 48.979         |
| Sever               | 78.758         |
| Jug                 | 197.569        |
| Dunaj               | 82.766         |
| Zahod               | 29.491         |

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:



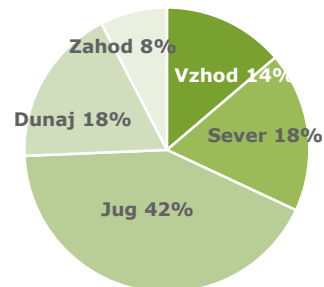
## ŠIRŠI POTENCIAL:

18%

*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>646.981</b> |
| Vzhod               | 89.045         |
| Sever               | 117.689        |
| Jug                 | 274.197        |
| Dunaj               | 116.899        |
| Zahod               | 49.151         |

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:



# AVSTRIJA: Velikost segmentov po regijah



## LEPOTNI RAZVAJENCI:

22,4%

827.715



## URBANI POTROŠNIKI:

19,4%

716.841



## ZELENI RAZISKOVALCI:

15,7%

577.759

|                            | Skupaj              | Vzhod          | Sever          | Jug            | Dunaj          | Zahod          |              |
|----------------------------|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| %                          | 100,0%              | 19,9%          | 23,1%          | 21,8%          | 21,5%          | 13,8%          |              |
| <b>Velikost</b>            | <b>3.691.730</b>    | <b>733.035</b> | <b>851.290</b> | <b>805.927</b> | <b>792.703</b> | <b>508.775</b> |              |
| <b>ZELENI RAZISKOVALCI</b> | <b>Velikost (%)</b> | <b>15,7%</b>   | <b>16,9%</b>   | <b>24,7%</b>   | <b>21,3%</b>   | <b>22,7%</b>   | <b>14,4%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>577.759</b>      | <b>97.509</b>  | <b>142.540</b> | <b>122.986</b> | <b>131.347</b> | <b>83.376</b>  |              |
| <b>DRUŽABNI FOODIEJI</b>   | <b>Velikost (%)</b> | <b>6,0%</b>    | <b>24,8%</b>   | <b>30,8%</b>   | <b>9,4%</b>    | <b>24,0%</b>   | <b>11,0%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>221.441</b>      | <b>55.020</b>  | <b>68.147</b>  | <b>20.849</b>  | <b>53.136</b>  | <b>24.289</b>  |              |
| <b>URBANI POTROŠNIKI</b>   | <b>Velikost (%)</b> | <b>19,4%</b>   | <b>17,6%</b>   | <b>24,3%</b>   | <b>21,6%</b>   | <b>22,8%</b>   | <b>13,8%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>716.841</b>      | <b>125.844</b> | <b>174.083</b> | <b>154.684</b> | <b>163.592</b> | <b>98.637</b>  |              |
| <b>URBANI OZAVEŠČENI</b>   | <b>Velikost (%)</b> | <b>5,2%</b>    | <b>13,8%</b>   | <b>19,2%</b>   | <b>25,3%</b>   | <b>29,3%</b>   | <b>12,5%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>192.575</b>      | <b>26.485</b>  | <b>37.012</b>  | <b>48.664</b>  | <b>56.364</b>  | <b>24.051</b>  |              |
| <b>SPROŠČENI ESKAPISTI</b> | <b>Velikost (%)</b> | <b>6,4%</b>    | <b>21,0%</b>   | <b>29,9%</b>   | <b>17,4%</b>   | <b>15,9%</b>   | <b>15,9%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>237.034</b>      | <b>49.759</b>  | <b>70.838</b>  | <b>41.226</b>  | <b>37.584</b>  | <b>37.627</b>  |              |
| <b>AKTIVNI NOSTALGIKI</b>  | <b>Velikost (%)</b> | <b>5,0%</b>    | <b>17,4%</b>   | <b>22,5%</b>   | <b>31,6%</b>   | <b>16,4%</b>   | <b>12,2%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>186.047</b>      | <b>32.295</b>  | <b>41.770</b>  | <b>58.856</b>  | <b>30.513</b>  | <b>22.613</b>  |              |
| <b>AVANTURISTI</b>         | <b>Velikost (%)</b> | <b>1,8%</b>    | <b>23,1%</b>   | <b>15,6%</b>   | <b>11,5%</b>   | <b>29,9%</b>   | <b>19,9%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>68.174</b>       | <b>15.716</b>  | <b>10.643</b>  | <b>7.832</b>   | <b>20.410</b>  | <b>13.573</b>  |              |
| <b>VEČNO MLADI</b>         | <b>Velikost (%)</b> | <b>9,6%</b>    | <b>29,9%</b>   | <b>17,2%</b>   | <b>20,4%</b>   | <b>20,2%</b>   | <b>12,4%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>355.633</b>      | <b>106.304</b> | <b>61.005</b>  | <b>72.635</b>  | <b>71.707</b>  | <b>43.982</b>  |              |
| <b>LEPOTNI RAZVAJENCI</b>  | <b>Velikost (%)</b> | <b>22,4%</b>   | <b>20,4%</b>   | <b>22,7%</b>   | <b>23,8%</b>   | <b>18,6%</b>   | <b>14,5%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>827.715</b>      | <b>168.763</b> | <b>188.177</b> | <b>196.638</b> | <b>154.250</b> | <b>119.888</b> |              |
| <b>PREDANE MAME</b>        | <b>Velikost (%)</b> | <b>2,9%</b>    | <b>20,2%</b>   | <b>21,5%</b>   | <b>22,3%</b>   | <b>16,7%</b>   | <b>19,3%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>107.488</b>      | <b>21.700</b>  | <b>23.134</b>  | <b>23.969</b>  | <b>17.971</b>  | <b>20.714</b>  |              |
| <b>AKTIVNE DRUŽINE</b>     | <b>Velikost (%)</b> | <b>2,6%</b>    | <b>19,4%</b>   | <b>21,5%</b>   | <b>25,9%</b>   | <b>23,0%</b>   | <b>10,3%</b> |
| <b>Velikost</b>            | <b>97.407</b>       | <b>18.855</b>  | <b>20.958</b>  | <b>25.208</b>  | <b>22.356</b>  | <b>10.029</b>  |              |
| <b>BREZSKRBNI MLADI</b>    | <b>Velikost (%)</b> | <b>2,8%</b>    | <b>14,3%</b>   | <b>12,6%</b>   | <b>31,2%</b>   | <b>32,2%</b>   | <b>9,7%</b>  |
| <b>Velikost</b>            | <b>103.618</b>      | <b>14.805</b>  | <b>13.103</b>  | <b>32.304</b>  | <b>33.375</b>  | <b>10.031</b>  |              |

% 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                | 80% |
| Mesta                   | 53% |
| Ob jezeru               | 37% |
| V gorah                 | 33% |
| Terme (Wellness in Spa) | 31% |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| Hotel                             | 86% |
| Apartment                         | 52% |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 28% |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 21% |
| Hostel                            | 16% |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |
|------------------|-----|
| Avto             | 45% |
| Letalo           | 44% |
| Vlak             | 4%  |
| Avtodom (camper) | 3%  |
| Avtobus          | 2%  |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |
|---------|-----|
| Avto    | 72% |
| Avtobus | 31% |
| Peš     | 26% |
| Vlak    | 16% |
| Kolo    | 7%  |

## AKTIVNOSTI

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| Sonce in morje                   | 71% |
| Ogledovanje starih mestnih jeder | 57% |
| Ogled mesta, prestolnice         | 55% |
| Naravne znamenitosti, narava     | 54% |
| Ogled glavnih turističnih znam.  | 51% |

## SPODBUDA

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Pretekle izkušnje         | 51% |
| Priporočila prijateljev   | 51% |
| Članki na spletu          | 32% |
| Cena destinacije          | 30% |
| Prijateljnost destinacije | 21% |

## VIR INFORMACIJ

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| Članki na spletu                    | 64% |
| Pri prijateljih, družini            | 54% |
| Spletni portali (Tripadvisor, idr.) | 28% |
| Potopisna literatura                | 28% |
| Spletni forumi                      | 18% |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Booking.com                   | 52% |
| Neposredno pri ponud. namest. | 40% |
| Agencija                      | 24% |
| Expedia.com                   | 18% |
| Airbnb                        | 13% |

## S KOM POTUJE

|              |     |
|--------------|-----|
| V paru       | 46% |
| Z družino    | 33% |
| S prijatelji | 15% |
| Sam          | 5%  |
| S sorodniki  | 0%  |

## LASTNOSTI:

|           |                  |
|-----------|------------------|
| Velikost* | <b>3.691.730</b> |
| Delež*    | <b>66%</b>       |
| Starost   | <b>40</b>        |
| Ženske    | <b>50%</b>       |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>15%</b> |
| Poletje          | <b>66%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

# AVSTRIJA: Turisti Slovenije (15,1%)



## TIP DESTINACIJE

|                 |     |     |
|-----------------|-----|-----|
| Mesta           | 64% | +10 |
| Prestolnice     | 40% | +11 |
| Ob jezeru       | 45% | +8  |
| Drugje v naravi | 38% | +10 |
| Ob morju        | 77% | -3  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Apartma                           | 62% | +10 |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 38% | +10 |
| Hostel                            | 21% | +5  |
| Butični hotel                     | 18% | +6  |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 26% | +4  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Avto             | 49% | +4 |
| Autodom (camper) | 5%  | +2 |
| Motor            | 3%  | +2 |
| Vlak             | 4%  | +0 |
| Letalo           | 37% | -8 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avto    | 75% | +3 |
| Kolo    | 12% | +5 |
| Motor   | 9%  | +4 |
| Vlak    | 19% | +3 |
| Avtobus | 28% | -3 |

## AKTIVNOSTI

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Ogled glavnih turističnih znam.   | 63% | +12 |
| Ogledovanje starih mestnih jeder  | 67% | +10 |
| Ogled mesta, prestolnice          | 65% | +10 |
| Spozn. lokalnega načina življenja | 51% | +11 |
| Gastronomija                      | 46% | +11 |

## SPODBUDA

|                           |     |    |
|---------------------------|-----|----|
| Priporočila prijateljev   | 59% | +8 |
| Bližina destinacije       | 25% | +8 |
| Članki na spletu          | 39% | +6 |
| Pretekle izkušnje         | 57% | +6 |
| Članki v tiskanih medijih | 20% | +6 |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |    |
|------------------------------------|-----|----|
| Članki na spletu                   | 70% | +6 |
| Pri prijateljih, družini           | 62% | +8 |
| Potopisna literatura               | 36% | +9 |
| Članki v tiskanih medijih          | 21% | +7 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 32% | +4 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |    |
|-------------------------------|-----|----|
| Booking.com                   | 59% | +8 |
| Airbnb                        | 19% | +7 |
| Neposredno pri ponud. namest. | 46% | +5 |
| Lastna namestitev             | 16% | +4 |
| Pri ponudniku aktivnosti      | 13% | +4 |

## S KOM POTUJE

|              |     |    |
|--------------|-----|----|
| V paru       | 53% | +7 |
| S prijatelji | 19% | +4 |
| Z družino    | 24% | -9 |
| Sam          | 5%  | -1 |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>555.678</b> |
| Delež*    | <b>10%</b>     |
| Starost   | <b>41</b>      |
| Ženske    | <b>47%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>17%</b> |
| Poletje          | <b>65%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>2</b>   |

# AVSTRIJA: Lepotni razvajenci (22,4%)



## TIP DESTINACIJE

|                         |     |     |
|-------------------------|-----|-----|
| Ob morju                | 97% | +17 |
| Terme (Wellness in Spa) | 58% | +27 |
| Ob jezeru               | 36% | -1  |
| V gorah                 | 25% | -8  |
| Mesta                   | 36% | -17 |

## VRSTA NAMESTITVE

|               |     |    |
|---------------|-----|----|
| Hotel         | 90% | +4 |
| Apartma       | 49% | -3 |
| Kamper        | 9%  | +2 |
| Butični hotel | 11% | -1 |
| Kamp          | 9%  | -2 |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Avto             | 53% | +8 |
| Avtodom (camper) | 3%  | +0 |
| Letalo           | 41% | -4 |
| Avtobus          | 1%  | -1 |
| Vlak             | 2%  | -2 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avto    | 77% | +5 |
| Peš     | 27% | +1 |
| Kolo    | 6%  | -1 |
| Avtobus | 25% | -7 |
| Vlak    | 9%  | -7 |

## AKTIVNOSTI

|                                |     |     |
|--------------------------------|-----|-----|
| Sonce in morje                 | 90% | +20 |
| Wellness in spa                | 64% | +21 |
| Aktivnosti in zabava za otroke | 41% | +23 |
| Nakupovanje                    | 57% | +17 |
| Rekreacija                     | 36% | +11 |

## SPODBUDA

|                           |     |    |
|---------------------------|-----|----|
| Cena destinacije          | 38% | +8 |
| Priporočila prijateljev   | 53% | +2 |
| Prijateljnost destinacije | 25% | +5 |
| Pretekle izkušnje         | 48% | -3 |
| Bližina destinacije       | 19% | +2 |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |    |
|------------------------------------|-----|----|
| Pri prijateljih, družini           | 58% | +4 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 28% | +0 |
| Spletni forumi                     | 19% | +0 |
| Članki na spletu                   | 60% | -4 |
| Pri agencijah                      | 11% | +1 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |    |
|-------------------------------|-----|----|
| Agencija                      | 31% | +7 |
| Neposredno pri ponud. namest. | 39% | -1 |
| Drugi spl. portal             | 10% | +0 |
| Booking.com                   | 47% | -4 |
| Lastna namestitev             | 10% | -2 |

## S KOM POTUJE

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| Z družino    | 56% | +23 |
| V paru       | 33% | -13 |
| S prijatelji | 8%  | -7  |
| Sam          | 2%  | -3  |
| S sorodniki  | 1%  | +0  |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>827.715</b> |
| Delež*    | <b>15%</b>     |
| Starost   | <b>40</b>      |
| Ženske    | <b>57%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>7%</b>  |
| Poletje          | <b>80%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

# AVSTRIJA: Urbani potrošniki (19,4%)



## TIP DESTINACIJE

|                         |     |     |
|-------------------------|-----|-----|
| Mesta                   | 77% | +23 |
| Ob morju                | 78% | -2  |
| Prestolnice             | 28% | -2  |
| Ob jezeru               | 29% | -9  |
| Terme (Wellness in Spa) | 25% | -6  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |    |
|-----------------------------------|-----|----|
| Hotel                             | 93% | +7 |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 21% | -1 |
| Apartma                           | 48% | -4 |
| Butični hotel                     | 10% | -2 |
| Lastna nepremičnina (vikend)      | 7%  | +0 |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Letalo           | 52% | +8 |
| Avtobus          | 2%  | +0 |
| Motor            | 1%  | +0 |
| Avto             | 42% | -4 |
| Avtodom (camper) | 2%  | -1 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avto    | 74% | +2 |
| Avtobus | 31% | +0 |
| Vlak    | 17% | +1 |
| Peš     | 24% | -2 |
| Kolo    | 6%  | -1 |

## AKTIVNOSTI

|                                 |     |     |
|---------------------------------|-----|-----|
| Nakupovanje                     | 63% | +23 |
| Ogled mesta, prestolnice        | 72% | +18 |
| Sonce in morje                  | 73% | +2  |
| Wellness in spa                 | 55% | +12 |
| Ogled glavnih turističnih znam. | 61% | +10 |

## SPODBUDA

|                           |     |     |
|---------------------------|-----|-----|
| Cena destinacije          | 35% | +5  |
| Priporočila prijateljev   | 54% | +3  |
| Prijateljnost destinacije | 31% | +10 |
| Pretekle izkušnje         | 53% | +1  |
| Članki na spletu          | 32% | +0  |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |    |
|------------------------------------|-----|----|
| Članki na spletu                   | 65% | +1 |
| Pri prijateljih, družini           | 56% | +1 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 29% | +1 |
| Spletni forumi                     | 19% | +1 |
| Potopisna literatura               | 27% | +0 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                   |     |    |
|-------------------|-----|----|
| Booking.com       | 60% | +8 |
| Expedia.com       | 23% | +6 |
| Airbnb            | 13% | +0 |
| Lastna namestitev | 12% | +1 |
| Agencija          | 23% | -1 |

## S KOM POTUJE

|              |     |    |
|--------------|-----|----|
| V paru       | 51% | +5 |
| S prijatelji | 21% | +6 |
| Z družino    | 23% | -9 |
| Sam          | 5%  | +0 |

## LASTNOSTI:

|           |         |
|-----------|---------|
| Velikost* | 716.841 |
| Delež*    | 13%     |
| Starost   | 38      |
| Ženske    | 53%     |

|                  |     |
|------------------|-----|
| Pomlad           | 17% |
| Poletje          | 64% |
| Krajša potovanja | 3   |
| Daljša potovanja | 1   |

# AVSTRIJA: Zeleni raziskovalci (15,7%)



## TIP DESTINACIJE

|                 |     |     |
|-----------------|-----|-----|
| V gorah         | 63% | +29 |
| Drugje v naravi | 57% | +29 |
| Mesta           | 78% | +25 |
| Ob morju        | 92% | +12 |
| Ob jezeru       | 62% | +24 |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Apartma                           | 69% | +17 |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 38% | +10 |
| Kamp                              | 14% | +3  |
| Hostel                            | 19% | +3  |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 24% | +3  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Avto             | 48% | +2 |
| Vlak             | 6%  | +2 |
| Avtodom (camper) | 3%  | +0 |
| Avtobus          | 2%  | +0 |
| Letalo           | 40% | -4 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avtobus | 38% | +7 |
| Vlak    | 22% | +5 |
| Peš     | 31% | +5 |
| Avto    | 68% | -3 |
| Kolo    | 11% | +4 |

## AKTIVNOSTI

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Ogledovanje starih mestnih jeder  | 80% | +22 |
| Naravne znamenitosti, narava      | 76% | +22 |
| Ogled mesta, prestolnice          | 74% | +19 |
| Športne aktivnosti                | 53% | +21 |
| Spozn. lokalnega načina življenja | 51% | +10 |

## SPODBUDA

|                                      |     |    |
|--------------------------------------|-----|----|
| Priporočila prijateljev              | 60% | +8 |
| TV oddaje                            | 28% | +8 |
| Potopisna literatura                 | 28% | +8 |
| Ustreznost dest. v vseh letnih časih | 25% | +9 |
| Članki na spletu                     | 38% | +5 |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |     |
|------------------------------------|-----|-----|
| Članki na spletu                   | 74% | +10 |
| Potopisna literatura               | 35% | +7  |
| Pri prijateljih, družini           | 61% | +7  |
| Članki v tiskanih medijih          | 19% | +5  |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 30% | +2  |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Booking.com                   | 59% | +7  |
| Neposredno pri ponud. namešt. | 51% | +10 |
| Pri ponudniku aktivnosti      | 12% | +3  |
| Airbnb                        | 15% | +2  |
| Expedia.com                   | 16% | -2  |

## S KOM POTUJE

|              |     |    |
|--------------|-----|----|
| V paru       | 51% | +4 |
| Sam          | 7%  | +2 |
| Z družino    | 24% | -8 |
| S prijatelji | 17% | +1 |
| S sorodniki  | 1%  | +0 |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>577.759</b> |
| Delež*    | <b>10%</b>     |
| Starost   | <b>40</b>      |
| Ženske    | <b>53%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>22%</b> |
| Poletje          | <b>62%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

# AVSTRIJA: Večno mladi (9,6%)



## TIP DESTINACIJE

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Terme (Wellness in Spa)       | 24% | -7  |
| Kulturno-zgodovinska središča | 19% | -2  |
| V gorah                       | 23% | -10 |
| Ob morju                      | 64% | -16 |
| Podeželje                     | 16% | -3  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |    |
|-----------------------------------|-----|----|
| Hotel                             | 87% | +1 |
| Kamp                              | 13% | +2 |
| Kamper                            | 11% | +3 |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 21% | +0 |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 27% | -1 |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                         |     |     |
|-------------------------|-----|-----|
| Letalo                  | 50% | +5  |
| Avtobus                 | 4%  | +2  |
| Ladja oz. drugo plovilo | 2%  | +1  |
| Avtodom (camper)        | 4%  | +1  |
| Avto                    | 35% | -10 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avtobus | 37% | +5 |
| Peš     | 23% | -3 |
| Motor   | 6%  | +1 |
| Avto    | 64% | -8 |
| Vlak    | 12% | -4 |

## AKTIVNOSTI

|                                  |     |     |
|----------------------------------|-----|-----|
| Ogledovanje starih mestnih jeder | 77% | +19 |
| Zgodovina in gradovi             | 58% | +25 |
| Ogled glavnih turističnih znam.  | 59% | +8  |
| Ogled mesta, prestolnice         | 60% | +5  |
| Thermal health spa               | 34% | +13 |

## SPODBUDA

|                           |     |     |
|---------------------------|-----|-----|
| Potopisna literatura      | 29% | +10 |
| Cena destinacije          | 33% | +3  |
| TV oddaje                 | 21% | +1  |
| Video posnetki na spletu  | 16% | +3  |
| Članki v tiskanih medijih | 14% | +0  |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |    |
|------------------------------------|-----|----|
| Potopisna literatura               | 33% | +6 |
| Mnenja na družbenih medijih        | 22% | +4 |
| Članki na spletu                   | 63% | -1 |
| Pri agencijah                      | 15% | +5 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 30% | +2 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |    |
|-------------------------------|-----|----|
| Agencija                      | 28% | +4 |
| Drugi spletni portal          | 13% | +3 |
| Lastna namestitev             | 13% | +2 |
| Neposredno pri ponud. namest. | 39% | -1 |
| Preko uradnih TIC-ov          | 10% | +3 |

## S KOM POTUJE

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| V paru       | 57% | +10 |
| Sam          | 7%  | +2  |
| Z družino    | 22% | -11 |
| S prijatelji | 13% | -2  |
| S sorodniki  | 1%  | +1  |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>355.633</b> |
| Delež*    | <b>6%</b>      |
| Starost   | <b>43</b>      |
| Ženske    | <b>40%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>17%</b> |
| Poletje          | <b>61%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>2</b>   |

# AVSTRIJA: Sproščeni eskapisti (6,4%)



## TIP DESTINACIJE

|                         |     |     |
|-------------------------|-----|-----|
| Drugje v naravi         | 23% | -5  |
| Terme (Wellness in Spa) | 16% | -14 |
| Ob jezeru               | 21% | -16 |
| Podraželje              | 13% | -7  |
| Ob morju                | 50% | -31 |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |            |           |
|-----------------------------------|------------|-----------|
| <b>Hotel</b>                      | <b>89%</b> | <b>+4</b> |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 19%        | -2        |
| Hostel                            | 15%        | -1        |
| Turistična kmetija                | 8%         | -1        |
| Lastna nepremičnina (vikend)      | 7%         | +1        |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                         |            |           |
|-------------------------|------------|-----------|
| <b>Letalo</b>           | <b>51%</b> | <b>+6</b> |
| Vlak                    | 4%         | +0        |
| Avtodom (camper)        | 3%         | +0        |
| Ladja oz. drugo plovilo | 1%         | +1        |
| Avto                    | 40%        | -5        |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avto    | 71% | -1 |
| Avtobus | 27% | -4 |
| Motor   | 6%  | +1 |
| Vlak    | 13% | -3 |
| Peš     | 20% | -6 |

## AKTIVNOSTI

|  |            |            |
|--|------------|------------|
| <b>Naravne znamenitosti, narava</b>    | <b>72%</b> | <b>+18</b> |
| <b>Thermal health spa</b>              | <b>36%</b> | <b>+15</b> |
| Gastronomija                           | 39%        | +4         |
| Spozn. lokalnega načina življenja      | 40%        | -1         |
| <b>Podraželjske, kmečke aktivnosti</b> | <b>13%</b> | <b>+3</b>  |

## SPODBUDA

|                          |     |    |
|--------------------------|-----|----|
| TV oddaje                | 20% | +1 |
| Pretekle izkušnje        | 47% | -4 |
| Video posnetki na spletu | 13% | +0 |
| Bližnja destinacije      | 16% | -1 |
| Članki na spletu         | 28% | -4 |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |    |
|------------------------------------|-----|----|
| Članki na spletu                   | 63% | -1 |
| Potopisna literatura               | 26% | -1 |
| Pri prijateljih, družini           | 51% | -3 |
| Pri agencijah                      | 10% | +0 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 24% | -4 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                          |            |           |
|--------------------------|------------|-----------|
| <b>Agencija</b>          | <b>29%</b> | <b>+5</b> |
| <b>Drugi spl. portal</b> | <b>13%</b> | <b>+3</b> |
| Airbnb                   | 12%        | +0        |
| Booking.com              | 34%        | -18       |
| Expedia.com              | 15%        | -3        |

## S KOM POTUJE

|              |           |           |
|--------------|-----------|-----------|
| V paru       | 46%       | +0        |
| S prijatelji | 18%       | +3        |
| <b>Sam</b>   | <b>9%</b> | <b>+4</b> |
| Z družino    | 26%       | -6        |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>237.034</b> |
| Delež*    | <b>4%</b>      |
| Starost   | <b>40</b>      |
| Ženske    | <b>50%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>11%</b> |
| Poletje          | <b>54%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>2</b>   |

# AVSTRIJA: Družabni foodieji (6,0%)



## TIP DESTINACIJE

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Mesta                         | 85% | +31 |
| Prestolnice                   | 74% | +45 |
| Kulturno-zgodovinska središča | 64% | +43 |
| Ob morju                      | 91% | +11 |
| Drugje v naravi               | 47% | +19 |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Hotel                             | 99% | +13 |
| Butični hotel                     | 31% | +19 |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 34% | +6  |
| Apartmenta                        | 57% | +5  |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 27% | +5  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Letalo  | 50% | +6 |
| Vlak    | 4%  | +1 |
| Autobus | 2%  | +0 |
| Avto    | 41% | -4 |
| Motor   | 1%  | +0 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Avto             | 79% | +7 |
| Autobus          | 40% | +8 |
| Vlak             | 23% | +7 |
| Peš              | 28% | +2 |
| Avtodom (camper) | 3%  | +0 |

## AKTIVNOSTI

|                                  |     |     |
|----------------------------------|-----|-----|
| Ogled glavnih turističnih znam.  | 93% | +42 |
| Ogledovanje starih mestnih jeder | 91% | +34 |
| Ogled mesta, prestolnice         | 90% | +35 |
| Zgodovina in gradovi             | 70% | +38 |
| Naravne znamenitosti, narava     | 87% | +33 |

## SPODBUDA

|                                      |     |    |
|--------------------------------------|-----|----|
| Potopisna literatura                 | 28% | +9 |
| Članki na spletu                     | 42% | +9 |
| TV oddaje                            | 28% | +8 |
| Ustreznost dest. v vseh letnih časih | 23% | +7 |
| Priljubljenost destinacije           | 26% | +6 |

## VIR INFORMACIJ

|                             |     |     |
|-----------------------------|-----|-----|
| Potopisna literatura        | 40% | +12 |
| Članki na spletu            | 71% | +8  |
| Spletni forumi              | 29% | +10 |
| Mnenja na družbenih medijih | 24% | +6  |
| Članki v tiskanih medijih   | 19% | +6  |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Booking.com                   | 64% | +12 |
| Expedia.com                   | 27% | +9  |
| Drugi spl. portal             | 20% | +10 |
| Neposredno pri ponud. namešt. | 46% | +6  |
| Pri ponudniku aktivnosti      | 13% | +4  |

## S KOM POTUJE

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| Z družino    | 43% | +10 |
| V paru       | 49% | +2  |
| S sorodniki  | 1%  | +0  |
| S prijatelji | 6%  | -9  |
| Sam          | 2%  | -4  |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>221.441</b> |
| Delež*    | <b>4%</b>      |
| Starost   | <b>42</b>      |
| Ženske    | <b>47%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>16%</b> |
| Poletje          | <b>63%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |



# AVSTRIJA: Urbani ozaveščeni (5,2%)



## TIP DESTINACIJE

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Mesta                         | 74% | +21 |
| Prestolnice                   | 54% | +25 |
| Kulturno-zgodovinska središča | 37% | +16 |
| Drugje v naravi               | 24% | -4  |
| Podeželje                     | 16% | -3  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Hostel                            | 50% | +34 |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 48% | +20 |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 34% | +13 |
| Apartmenta                        | 53% | +1  |
| Kamp                              | 18% | +6  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |     |
|------------------|-----|-----|
| Letalo           | 49% | +5  |
| Vlak             | 19% | +15 |
| Avtodom (camper) | 4%  | +1  |
| Kolo             | 2%  | +2  |
| Avto             | 25% | -21 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |     |
|---------|-----|-----|
| Peš     | 45% | +19 |
| Vlak    | 45% | +28 |
| Avtobus | 41% | +10 |
| Avto    | 49% | -23 |
| Kolo    | 10% | +2  |

## AKTIVNOSTI

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Spozn. lokalnega načina življenja | 87% | +46 |
| Muzeji, galerije in umetnost      | 69% | +45 |
| Ogledovanje starih mestnih jader  | 89% | +32 |
| Gastronomija                      | 71% | +36 |
| Ogled mesta, prestolnice          | 85% | +30 |

## SPODBUDA

|                          |     |     |
|--------------------------|-----|-----|
| Pretekle izkušnje        | 62% | +11 |
| Potopisna literatura     | 31% | +12 |
| Priporočila prijateljev  | 59% | +8  |
| Članki na spletu         | 41% | +8  |
| Video posnetki na spletu | 20% | +8  |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |     |
|------------------------------------|-----|-----|
| Potopisna literatura               | 38% | +10 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 37% | +9  |
| Blogi                              | 22% | +8  |
| Članki na spletu                   | 64% | +1  |
| Pri prijateljih, družini           | 55% | +1  |

## NAČIN REZERVACIJE

|                          |     |     |
|--------------------------|-----|-----|
| Booking.com              | 63% | +11 |
| Airbnb                   | 38% | +25 |
| Expedia.com              | 21% | +4  |
| Lastna namestitev        | 18% | +6  |
| Pri ponudniku aktivnosti | 11% | +2  |

## S KOM POTUJE

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| V paru       | 48% | +1  |
| S prijatelji | 22% | +7  |
| Sam          | 13% | +8  |
| Z družino    | 17% | -16 |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>192.575</b> |
| Delež*    | <b>3%</b>      |
| Starost   | <b>34</b>      |
| Ženske    | <b>58%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>15%</b> |
| Poletje          | <b>66%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

# AVSTRIJA: Aktivni nostalgiki (5,0%)



## TIP DESTINACIJE

|                 |     |     |
|-----------------|-----|-----|
| Ob jezeru       | 57% | +20 |
| Drugje v naravi | 52% | +23 |
| V gorah         | 53% | +19 |
| Ob morju        | 76% | -4  |
| Podzeželje      | 29% | +9  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                            |     |     |
|----------------------------|-----|-----|
| Hotel                      | 90% | +4  |
| Butični hotel              | 22% | +11 |
| Apartma                    | 52% | +0  |
| Turistična kmetija         | 8%  | +0  |
| Zasebna soba (npr. Airbnb) | 19% | -9  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Avto             | 55% | +9 |
| Motor            | 3%  | +3 |
| Avtodom (camper) | 3%  | +0 |
| Avtobus          | 3%  | +1 |
| Letalo           | 35% | -9 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |     |
|---------|-----|-----|
| Avto    | 82% | +10 |
| Motor   | 9%  | +5  |
| Avtobus | 21% | -10 |
| Vlak    | 11% | -6  |
| Peš     | 14% | -12 |

## AKTIVNOSTI

|                              |     |     |
|------------------------------|-----|-----|
| Športne aktivnosti           | 66% | +34 |
| Gastronomija                 | 44% | +8  |
| Zimski športi                | 27% | +9  |
| Obisk vinske kleti           | 22% | +11 |
| Naravne znamenitosti, narava | 54% | +0  |

## SPODBUDA

|                                      |     |    |
|--------------------------------------|-----|----|
| Potopisna literatura                 | 21% | +1 |
| Ustreznost dest. v vseh letnih časih | 17% | +1 |
| Pretekle izkušnje                    | 45% | -7 |
| TV oddaje                            | 17% | -2 |
| Članki na spletu                     | 23% | -9 |

## VIR INFORMACIJ

|                           |     |    |
|---------------------------|-----|----|
| Članki na spletu          | 58% | -6 |
| Članki v tiskanih medijih | 14% | +0 |
| Potopisna literatura      | 21% | -7 |
| Potopisna predavanja      | 10% | +2 |
| Pri agencijah             | 9%  | -1 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                               |     |    |
|-------------------------------|-----|----|
| Agencija                      | 23% | -1 |
| Neposredno pri ponud. namest. | 38% | -2 |
| Lastna namestitev             | 11% | -1 |
| Booking.com                   | 45% | -7 |
| Pri ponudniku aktivnosti      | 7%  | -2 |

## S KOM POTUJE

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| V paru       | 67% | +21 |
| Z družino    | 25% | -8  |
| Sam          | 2%  | -3  |
| S prijatelji | 6%  | -9  |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>186.047</b> |
| Delež*    | <b>3%</b>      |
| Starost   | <b>44</b>      |
| Ženske    | <b>36%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>18%</b> |
| Poletje          | <b>58%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

# AVSTRIJA: Predane mame (2,9%)



## TIP DESTINACIJE

|                 |     |     |
|-----------------|-----|-----|
| V gorah         | 62% | +28 |
| Ob jezeru       | 54% | +17 |
| Ob morju        | 67% | -13 |
| Podraželje      | 24% | +4  |
| Drugje v naravi | 20% | -8  |

## VRSTA NAMESTITVE

|  |            |            |
|--|------------|------------|
| Apartma                                  | 84%        | +32        |
| Turistična kmetija                       | 35%        | +27        |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)               | 35%        | +7         |
| <b>Namestitev pri sorod. ali prijat.</b> | <b>31%</b> | <b>+10</b> |
| Kamp                                     | 23%        | +12        |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |     |
|------------------|-----|-----|
| Avto             | 81% | +36 |
| Autodom (camper) | 3%  | +0  |
| Avtobus          | 2%  | +0  |
| Letalo           | 14% | -31 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |     |
|---------|-----|-----|
| Avto    | 88% | +16 |
| Kolo    | 16% | +9  |
| Peš     | 17% | -9  |
| Motor   | 6%  | +2  |
| Avtobus | 17% | -14 |

## AKTIVNOSTI

|                                 |     |     |
|---------------------------------|-----|-----|
| Aktivnosti in zabava za otroke  | 48% | +30 |
| Športne aktivnosti              | 53% | +21 |
| Naravne znamenitosti, narava    | 63% | +9  |
| Podraželjske, kmečke aktivnosti | 37% | +27 |
| Wellness in spa                 | 37% | -6  |

## SPODBUDA

|                                      |            |            |
|--------------------------------------|------------|------------|
| Pretekle izkušnje                    | 64%        | +13        |
| <b>Priporočila prijateljev</b>       | <b>62%</b> | <b>+11</b> |
| Bližnja destinacije                  | 22%        | +5         |
| Ustreznost dest. v vseh letnih časih | 13%        | -3         |
| Potopisna predavanja                 | 10%        | +0         |

## VIR INFORMACIJ

|                             |     |     |
|-----------------------------|-----|-----|
| Pri prijateljih, družini    | 59% | +5  |
| Spletni forumi              | 22% | +4  |
| Mnenja na družbenih medijih | 17% | +0  |
| Potopisna literatura        | 22% | -6  |
| Članki na spletu            | 53% | -11 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                                      |            |            |
|--------------------------------------|------------|------------|
| <b>Neposredno pri ponud. namest.</b> | <b>50%</b> | <b>+10</b> |
| Lastna namestitev                    | 18%        | +6         |
| Agencija                             | 18%        | -6         |
| Pri ponudniku aktivnosti             | 9%         | +0         |
| Expedia.com                          | 15%        | -3         |

## S KOM POTUJE

|                  |            |            |
|------------------|------------|------------|
| <b>Z družino</b> | <b>60%</b> | <b>+27</b> |
| S prijatelji     | 12%        | -3         |
| V paru           | 28%        | -18        |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>107.488</b> |
| Delež*    | <b>2%</b>      |
| Starost   | <b>40</b>      |
| Ženske    | <b>46%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>14%</b> |
| Poletje          | <b>69%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>2</b>   |

# AVSTRIJA: Brezskrbni mladi (2,8%)



## TIP DESTINACIJE

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Mesta                         | 74% | +21 |
| Ob morju                      | 80% | +0  |
| Prestolnice                   | 35% | +6  |
| Ob jezeru                     | 31% | -7  |
| Kulturno-zgodovinska središča | 16% | -5  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Hostel                            | 59% | +43 |
| Zasebna soba (npr. Airbnb)        | 47% | +19 |
| Namestitev pri sorod. ali prijat. | 34% | +13 |
| Kamp                              | 22% | +11 |
| Apartmenta                        | 50% | -2  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |     |    |
|------------------|-----|----|
| Motor            | 5%  | +4 |
| Vlak             | 5%  | +2 |
| Letalo           | 42% | -2 |
| Avtobus          | 4%  | +2 |
| Avtodom (camper) | 4%  | +1 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|                  |     |     |
|------------------|-----|-----|
| Avtobus          | 41% | +9  |
| Avtodom (camper) | 9%  | +6  |
| Peš              | 27% | +1  |
| Vlak             | 23% | +6  |
| Avto             | 57% | -15 |

## AKTIVNOSTI

|                                 |     |     |
|---------------------------------|-----|-----|
| Nočno življenje (bari, klubi)   | 64% | +45 |
| Glasbeni festivali in koncerti  | 63% | +46 |
| Družabni dogodki, festivali     | 44% | +23 |
| Ogled glavnih turističnih znam. | 54% | +3  |
| Sonce in morje                  | 66% | -4  |

## SPODBUDA

|                            |     |     |
|----------------------------|-----|-----|
| Članki na spletu           | 44% | +12 |
| Video posnetki na spletu   | 27% | +15 |
| Priporočila prijateljev    | 53% | +2  |
| Pretekle izkušnje          | 47% | -4  |
| Priljubljenost destinacije | 23% | +2  |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |     |
|------------------------------------|-----|-----|
| Mnenja na družbenih medijih        | 36% | +19 |
| Pri prijateljih, družini           | 58% | +4  |
| Spletni forumi                     | 22% | +4  |
| Članki na spletu                   | 59% | -5  |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 24% | -4  |

## NAČIN REZERVACIJE

|                   |     |     |
|-------------------|-----|-----|
| Airbnb            | 24% | +11 |
| Expedia.com       | 22% | +4  |
| Drugi spl. portal | 13% | +3  |
| Booking.com       | 45% | -6  |
| Organizator       | 9%  | +4  |

## S KOM POTUJE

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| S prijatelji | 48% | +33 |
| V paru       | 31% | -15 |
| Sam          | 4%  | -1  |
| Z družino    | 16% | -16 |

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>103.618</b> |
| Delež*    | <b>2%</b>      |
| Starost   | <b>31</b>      |
| Ženske    | <b>30%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>16%</b> |
| Poletje          | <b>71%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>2</b>   |

# AVSTRIJA: Aktivne družine (2,6%)



## TIP DESTINACIJE

|                 |     |     |
|-----------------|-----|-----|
| V gorah         | 77% | +44 |
| Drugje v naravi | 75% | +47 |
| Ob morju        | 78% | -2  |
| Ob jezeru       | 46% | +9  |
| Podzeželje      | 27% | +7  |

## VRSTA NAMESTITVE

|                            |     |     |
|----------------------------|-----|-----|
| Apartma                    | 79% | +27 |
| Kamp                       | 19% | +7  |
| Drugo                      | 14% | +9  |
| Zasebna soba (npr. Airbnb) | 32% | +4  |
| Hostel                     | 19% | +3  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                  |           |           |
|------------------|-----------|-----------|
| Avto             | 50%       | +5        |
| Avtodom (camper) | 5%        | +2        |
| <b>Motor</b>     | <b>3%</b> | <b>+2</b> |
| Avtobus          | 3%        | +1        |
| Letalo           | 39%       | -6        |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|                  |            |           |
|------------------|------------|-----------|
| Avto             | 83%        | +11       |
| <b>Motor</b>     | <b>10%</b> | <b>+6</b> |
| Avtodom (camper) | 10%        | +6        |
| Avtobus          | 30%        | -1        |
| Peš              | 29%        | +3        |

## AKTIVNOSTI

|                                   |     |     |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Športne aktivnosti                | 77% | +45 |
| Športne aktivnosti na vodi        | 51% | +33 |
| Gornišтво (zahtevnejše ture)      | 46% | +38 |
| Spozn. lokalnega načina življenja | 58% | +17 |
| Zimski športi                     | 40% | +22 |

## SPODBUDA

|                                     |     |     |
|-------------------------------------|-----|-----|
| Priporočila prijateljev             | 58% | +7  |
| Članki na spletu                    | 42% | +10 |
| Bližnja destinacije                 | 26% | +9  |
| Objave na družbenih medijih, blogih | 24% | +12 |
| Preteklo izkušnje                   | 58% | +6  |

## VIR INFORMACIJ

|                                    |     |    |
|------------------------------------|-----|----|
| Članki na spletu                   | 64% | +0 |
| Pri prijateljih, družini           | 55% | +1 |
| Blogi                              | 19% | +5 |
| Potopisna predavanja               | 17% | +9 |
| Spletni portali (Tripadvisor idr.) | 26% | -1 |

## NAČIN REZERVACIJE

|                                      |            |           |
|--------------------------------------|------------|-----------|
| <b>Neposredno pri ponud. namest.</b> | <b>49%</b> | <b>+8</b> |
| Lastna namestitev                    | 21%        | +9        |
| Pri ponudniku aktivnosti             | 19%        | +9        |
| <b>Organizator</b>                   | <b>14%</b> | <b>+9</b> |
| Booking.com                          | 48%        | -4        |

## S KOM POTUJE

|              |            |           |
|--------------|------------|-----------|
| V paru       | 50%        | +3        |
| <b>Sam</b>   | <b>12%</b> | <b>+7</b> |
| S prijatelji | 16%        | +1        |
| Z družino    | 23%        | -10       |

## LASTNOSTI:

|           |               |
|-----------|---------------|
| Velikost* | <b>97.407</b> |
| Delež*    | <b>2%</b>     |
| Starost   | <b>38</b>     |
| Ženske    | <b>41%</b>    |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>18%</b> |
| Poletje          | <b>55%</b> |
| Krajša potovanja | <b>4</b>   |
| Daljša potovanja | <b>2</b>   |

# AVSTRIJA: Avanturisti (1,8%)



## TIP DESTINACIJE

|                |     |     |
|----------------|-----|-----|
| V gorah        | 59% | +26 |
| Ob jezeru      | 45% | +7  |
| Dругe v naravi | 37% | +9  |
| Podraželje     | 32% | +12 |
| Ob morju       | 48% | -32 |

## VRSTA NAMESTITVE

|                                 |     |     |
|---------------------------------|-----|-----|
| Hostel                          | 28% | +12 |
| Turistična kmetija              | 20% | +11 |
| Kamp                            | 21% | +10 |
| Lastna nepremičnina<br>[vikend] | 14% | +7  |
| Zasebna soba (npr.<br>Airbnb)   | 21% | -7  |

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|                            |     |     |
|----------------------------|-----|-----|
| Letalo                     | 48% | +3  |
| Autodom (camper)           | 15% | +12 |
| Ladja oz. drugo<br>plovilo | 4%  | +4  |
| Vlak                       | 4%  | +0  |
| Avto                       | 29% | -16 |

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |     |
|---------|-----|-----|
| Motor   | 23% | +18 |
| Avtobus | 28% | -3  |
| Kolo    | 15% | +7  |
| Avto    | 48% | -23 |
| Vlak    | 13% | -3  |

## AKTIVNOSTI

|                                 |     |     |
|---------------------------------|-----|-----|
| Športne aktivnosti na<br>vodi   | 49% | +31 |
| Adrenalinski športni<br>izzivi  | 41% | +35 |
| Gornišтво<br>(zahtevnejše ture) | 36% | +27 |
| Zgodovina in gradovi            | 46% | +14 |
| Rekreacija                      | 33% | +9  |

## SPODBUDA

|   |     |     |
|---|-----|-----|
| Potopisna literatura                    | 33% | +14 |
| Članki v tiskanih<br>medijih            | 26% | +12 |
| Potopisna predavanja                    | 20% | +11 |
| Pretekle izkušnje                       | 46% | -5  |
| Ustreznost dest. v<br>vseh letnih časih | 14% | -2  |

## VIR INFORMACIJ

|                                |     |     |
|--------------------------------|-----|-----|
| Potopisna literatura           | 39% | +11 |
| Blogi                          | 23% | +10 |
| Pri prijateljih, družini       | 44% | -10 |
| Mnenja na družbenih<br>medijih | 23% | +6  |
| Potopisna predavanja           | 13% | +5  |

## NAČIN REZERVACIJE

|                                  |     |     |
|----------------------------------|-----|-----|
| Expedia.com                      | 36% | +19 |
| Organizator                      | 20% | +14 |
| Neposredno pri<br>ponud. namest. | 41% | +0  |
| Airbnb                           | 17% | +4  |
| Agoda.com                        | 11% | +8  |

## S KOM POTUJE

|              |     |    |
|--------------|-----|----|
| V paru       | 50% | +3 |
| S prijatelji | 20% | +5 |
| S sorodniki  | 3%  | +3 |
| Z družino    | 27% | -6 |

## LASTNOSTI:

|           |               |
|-----------|---------------|
| Velikost* | <b>68.174</b> |
| Delež*    | <b>1%</b>     |
| Starost   | <b>37</b>     |
| Ženske    | <b>32%</b>    |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>6%</b>  |
| Poletje          | <b>75%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

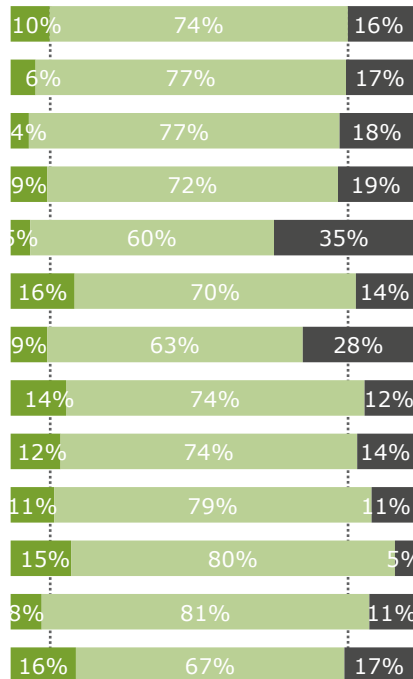
# AVSTRIJA: Cenovna občutljivost



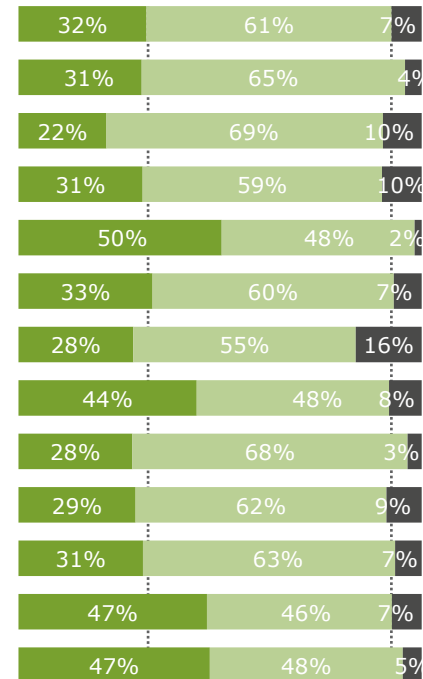
## IZBIRA NASTANITVE



## IZBIRA DESTINACIJE



## IZBIRA PREVOZA



iščejo najugodnejšo ponudbo

pretehtajo vrednost za denar

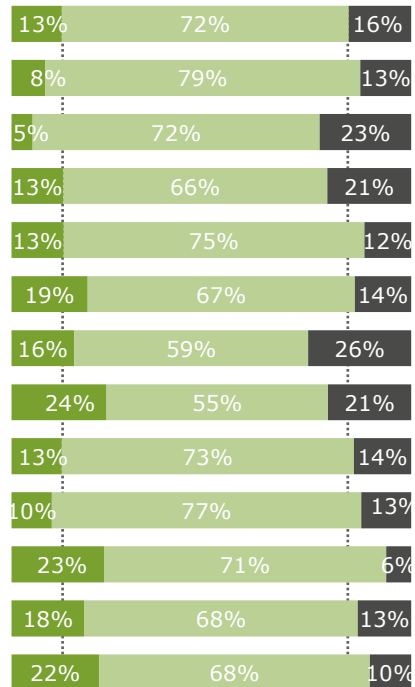
se ne ozirajo na ceno



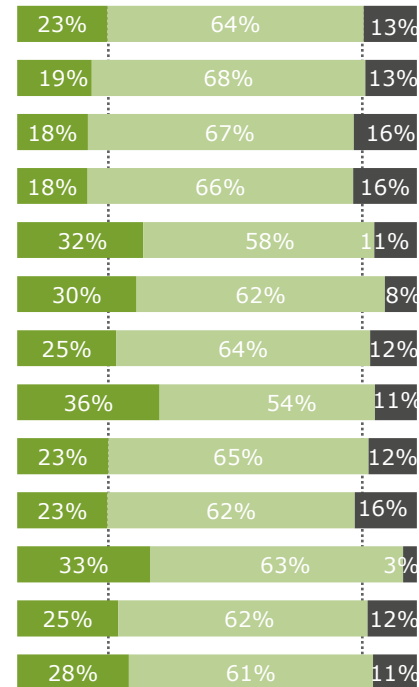
## IZBIRA DODATNIH AKTIVNOSTI



## IZBIRA HRANE



## NAKUPOVANJE



iščejo najugodnejšo ponudbo

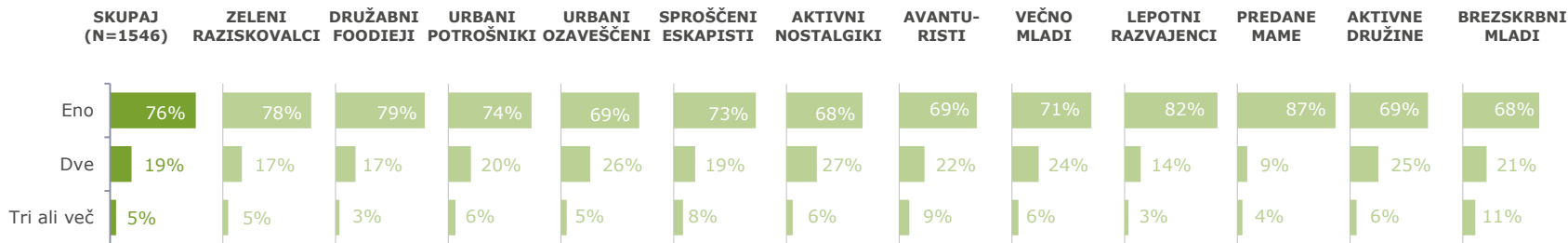
pretehtajo vrednost za denar

se ne ozirajo na ceno

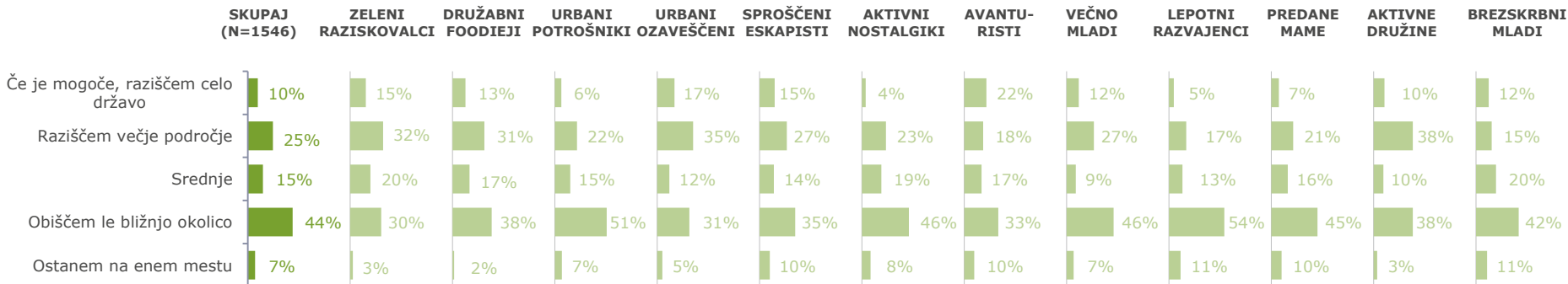




## Število držav, ki jih obišejo znotraj enega potovanja, oddiha ali počitnic



## Raziskovanje znotraj ene države





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



## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

|          |                  |                  |            |
|----------|------------------|------------------|------------|
| Velikost | <b>3.691.730</b> | Pomlad           | <b>15%</b> |
| Delež    | <b>66,2%</b>     | Poletje          | <b>66%</b> |
| Starost  | <b>40</b>        | Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Ženske   | <b>50%</b>       | Daljša potovanja | <b>1</b>   |

## POTOVALNA DRUŽBA:

|              |            |
|--------------|------------|
| V paru       | <b>46%</b> |
| Z družino    | <b>33%</b> |
| S prijatelji | <b>15%</b> |
| Sam          | <b>5%</b>  |

## VRSTA DESTINACIJE:

|           |            |            |            |
|-----------|------------|------------|------------|
| Ob morju  | <b>60%</b> | <b>20%</b> | <b>80%</b> |
| Mesta     | <b>12%</b> | <b>41%</b> | <b>53%</b> |
| Ob jezeru | <b>3%</b>  | <b>35%</b> | <b>37%</b> |

**4 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| Sonce in morje              | <b>71%</b> |
| Ogled starih mestnih jeder  | <b>57%</b> |
| Ogled mesta, prestolnice    | <b>55%</b> |
| Naravni parki, znamenitosti | <b>54%</b> |
| Turistične znamenitosti     | <b>51%</b> |
| Wellness in (beauty) spa    | <b>43%</b> |
| Live like a local           | <b>40%</b> |
| Nakupovanje                 | <b>40%</b> |
| Gastronomski užitki         | <b>35%</b> |
| Zgodovina in gradovi        | <b>33%</b> |

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

|                                       |            |            |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Spoznati nekaj novega                 | <b>17%</b> | <b>40%</b> |
| Sprostitev                            | <b>11%</b> | <b>35%</b> |
| Uživati v dobri hrani, pijači         | <b>9%</b>  | <b>31%</b> |
| Preživeti čas s partnerjem            | <b>8%</b>  | <b>30%</b> |
| Spočiti se, upočasniti življenje      | <b>10%</b> | <b>30%</b> |
| Doživeti drugo kulturo                | <b>6%</b>  | <b>26%</b> |
| Umik od vsakdana                      | <b>6%</b>  | <b>25%</b> |
| Preživeti čas z družino, utrditi vezi | <b>10%</b> | <b>25%</b> |
| Obisk lepe destinacije                | <b>7%</b>  | <b>24%</b> |
| Obisk mesta, prestolnice              | <b>5%</b>  | <b>20%</b> |

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

|                     |            |            |
|---------------------|------------|------------|
| Italija             | <b>54%</b> | <b>60%</b> |
| Nemčija             | <b>45%</b> | <b>56%</b> |
| Hrvaška             | <b>41%</b> | <b>48%</b> |
| Španija             | <b>36%</b> | <b>41%</b> |
| Grčija              | <b>32%</b> | <b>39%</b> |
| Nevropske države    | <b>24%</b> | <b>35%</b> |
| Francija            | <b>24%</b> | <b>32%</b> |
| Združeno kraljestvo | <b>22%</b> | <b>27%</b> |
| Turčija             | <b>11%</b> | <b>26%</b> |
| Madžarska           | <b>17%</b> | <b>26%</b> |
| Slovenija           | <b>12%</b> | <b>15%</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 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 NAMESTITIVE:



86%

52%

28%

Ostale pogostejše namestitve:

**Sorodniki, prijatelji: 21%**

**Hostel: 16%**

**Butični hotel: 12%**

## REZERVACIJA:

**DO 3**  
mesece  
vnaprej

66%

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO AVTO VLAK AVTODOM AVTOBUS

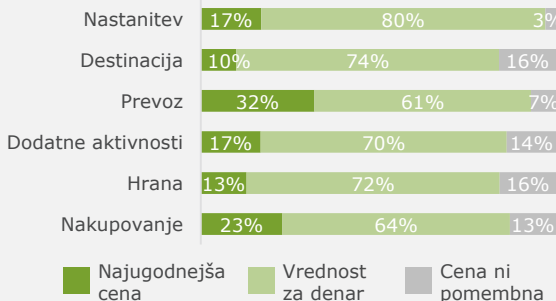


44 - 45 72 4 16 3 3 2 31

Do destinacije

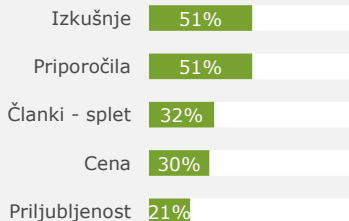
Na destinaciji (26% PEŠ, 7% KOLO, 4% MOTOR)

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:

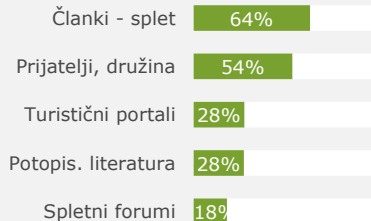


## NAKUPNA POT:

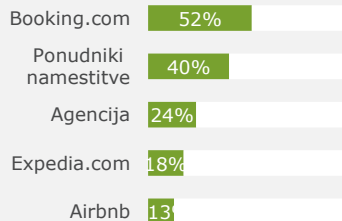
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

|  | NAČRTOVANI STROŠKI | DEJANSKI STROŠKI |
|--|--------------------|------------------|
| <b>NAMESTITEV, HRANA in drugo</b><br><i>na osebo / dan</i> | <b>73 €</b>        | <b>78 €</b>      |
| <b>PREVOZ</b><br><i>na osebo</i>                           | <b>128 €</b>       | <b>132 €</b>     |

### 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 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. / PRORACUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški povezani z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



## LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE:

|          |                  |                  |            |
|----------|------------------|------------------|------------|
| Velikost | <b>1.557.660</b> | Pomlad           | <b>16%</b> |
| Delež    | <b>27,9%</b>     | Poletje          | <b>65%</b> |
| Starost  | <b>41</b>        | Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Ženske   | <b>48%</b>       | Daljša potovanja | <b>2</b>   |

## POTOVALNA DRUŽBA:

|              |            |
|--------------|------------|
| V paru       | <b>50%</b> |
| Z družino    | <b>30%</b> |
| S prijatelji | <b>14%</b> |
| Sam          | <b>6%</b>  |

## VRSTA DESTINACIJE:

|           |            |            |            |
|-----------|------------|------------|------------|
| Ob morju  | <b>60%</b> | <b>21%</b> | <b>82%</b> |
| Mesta     | <b>12%</b> | <b>44%</b> | <b>56%</b> |
| Ob jezeru | <b>2%</b>  | <b>39%</b> | <b>40%</b> |

**5 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| Sonce in morje              | <b>71%</b> |
| Ogled starih mestnih jeder  | <b>62%</b> |
| Naravni parki, znamenitosti | <b>57%</b> |
| Ogled mesta, prestolnice    | <b>56%</b> |
| Turistične znamenitosti     | <b>54%</b> |
| Live like a local           | <b>47%</b> |
| Wellness in (beauty) spa    | <b>44%</b> |
| Nakupovanje                 | <b>39%</b> |
| Gastronomski užitki         | <b>38%</b> |
| Športne aktivnosti          | <b>37%</b> |

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

|                                       |            |            |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Spoznati nekaj novega                 | <b>17%</b> | <b>43%</b> |
| Preživeti čas s partnerjem            | <b>8%</b>  | <b>31%</b> |
| Uživati v dobri hrani, pijači         | <b>2%</b>  | <b>31%</b> |
| Sprostitev                            | <b>9%</b>  | <b>31%</b> |
| Doživeti drugo kulturo                | <b>7%</b>  | <b>29%</b> |
| Spočiti se, upočasniti življenje      | <b>10%</b> | <b>25%</b> |
| Obisk lepe destinacije                | <b>7%</b>  | <b>23%</b> |
| Preživeti čas z družino, utrditi vezi | <b>10%</b> | <b>23%</b> |
| Umik od vsakdana                      | <b>5%</b>  | <b>22%</b> |
| Obisk mesta, prestolnice              | <b>5%</b>  | <b>22%</b> |

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

|                     |            |            |
|---------------------|------------|------------|
| Italija             | <b>58%</b> | <b>65%</b> |
| Hrvaška             | <b>54%</b> | <b>61%</b> |
| Nemčija             | <b>47%</b> | <b>59%</b> |
| Grčija              | <b>36%</b> | <b>43%</b> |
| Španija             | <b>35%</b> | <b>41%</b> |
| Nevropske države    | <b>24%</b> | <b>35%</b> |
| Francija            | <b>27%</b> | <b>35%</b> |
| Slovenija           | <b>26%</b> | <b>33%</b> |
| Združeno kraljestvo | <b>25%</b> | <b>31%</b> |
| Madžarska           | <b>23%</b> | <b>31%</b> |
| Slovenija           | <b>26%</b> | <b>33%</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: 22%**

**Hostel: 17%**

**Kamp: 14%**

## REZERVACIJA:



**69%**

## NAČIN TRANSPORTA (%):

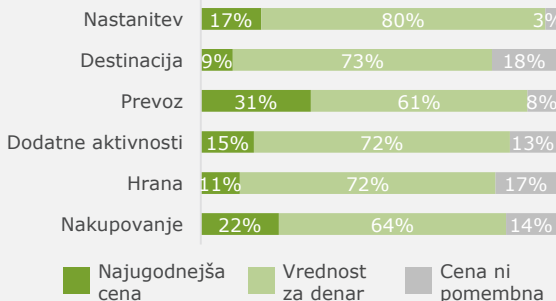
AVTO LETALO AVTODOM VLAK AVTOBUS



Do destinacije

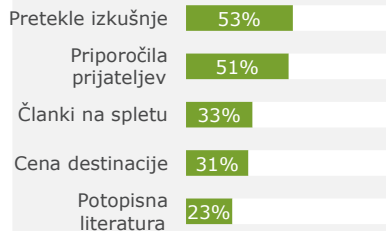
Na destinaciji (24% PEŠ, 8% KOLO, 6% MOTOR)

## CENOVNA OBCUTLJIVOST:

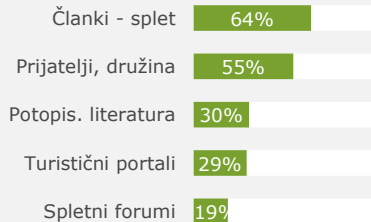


## NAKUPNA POT:

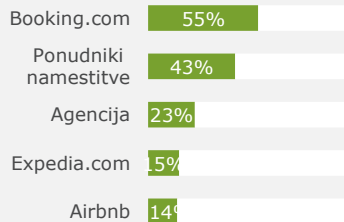
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

|  | NAČRTOVANI STROŠKI | DEJANSKI STROŠKI |
|--|--------------------|------------------|
| <b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b> | <b>90 €</b>        | <b>89 €</b>      |
| <b>PREVOZ na osebo</b>                           | <b>133 €</b>       | <b>140 €</b>     |

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec in 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 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.



## LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE:

|          |                |                  |            |
|----------|----------------|------------------|------------|
| Velikost | <b>555.678</b> | Pomlad           | <b>17%</b> |
| Delež    | <b>10,0%</b>   | Poletje          | <b>65%</b> |
| Starost  | <b>41</b>      | Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Ženske   | <b>47%</b>     | Daljša potovanja | <b>2</b>   |

## POTOVALNA DRUŽBA:

|              |            |
|--------------|------------|
| V paru       | <b>53%</b> |
| Z družino    | <b>24%</b> |
| S prijatelji | <b>19%</b> |
| Sam          | <b>5%</b>  |

## VRSTA DESTINACIJE:

|           |            |     |     |
|-----------|------------|-----|-----|
| Ob morju  | <b>54%</b> | 23% | 77% |
| Mesta     | <b>12%</b> | 52% | 64% |
| Ob jezeru | <b>1%</b>  | 44% | 45% |

**5 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| Sonce in morje              | <b>72%</b> |
| Ogled starih mestnih jeder  | <b>67%</b> |
| Ogled mesta, prestolnice    | <b>65%</b> |
| Turistične znamenitosti     | <b>63%</b> |
| Naravni parki, znamenitosti | <b>62%</b> |
| Live like a local           | <b>51%</b> |
| Gastronomski užitki         | <b>46%</b> |
| Wellness in (beauty) spa    | <b>44%</b> |
| Športne aktivnosti          | <b>44%</b> |
| Nakupovanje                 | <b>41%</b> |

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

|                                       |            |     |
|---------------------------------------|------------|-----|
| Spoznati nekaj novega                 | <b>24%</b> | 49% |
| Preživeti čas s partnerjem            | <b>11%</b> | 36% |
| Uživati v dobri hrani, pijači         | <b>9%</b>  | 35% |
| Doživeti drugo kulturo                | <b>6%</b>  | 34% |
| Spočiti se, upočasniti življenje      | <b>11%</b> | 25% |
| Obisk mesta, prestolnice              | <b>6%</b>  | 25% |
| Obisk lepe destinacije                | <b>7%</b>  | 24% |
| Sprostitev                            | <b>4%</b>  | 23% |
| Preživeti čas z družino, utrditi vezi | <b>8%</b>  | 21% |
| Umik od vsakdana                      | <b>5%</b>  | 21% |

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

|                     |            |      |                   |
|---------------------|------------|------|-------------------|
| Slovenija           | <b>77%</b> | 100% |                   |
| Italija             | <b>75%</b> | 86%  |                   |
| Hrvaška             | <b>74%</b> | 83%  |                   |
| Nemčija             | <b>64%</b> | 79%  |                   |
| Grčija              | <b>49%</b> | 56%  |                   |
| Francija            | <b>43%</b> | 55%  |                   |
| Španija             | <b>47%</b> | 52%  |                   |
| Madžarska           | <b>37%</b> | 50%  |                   |
| Združeno kraljestvo | <b>37%</b> | 46%  | ■ Ponovljen obisk |
| Nevropske države    | <b>27%</b> | 43%  | ■ 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: 26%**

**Hostel: 21%**

**Butični hotel: 18%**

## REZERVACIJA:



66%

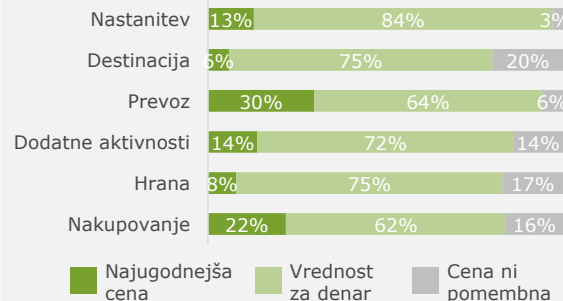
## NAČIN TRANSPORTA (%):



Do destinacije

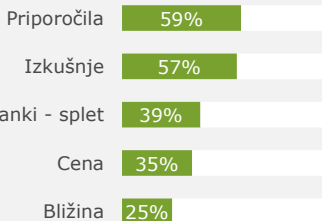
Na destinaciji (28% AVTOBUS, 26% PEŠ, 12% KOLO)

## CENOVNA OBCUTLJIVOST:

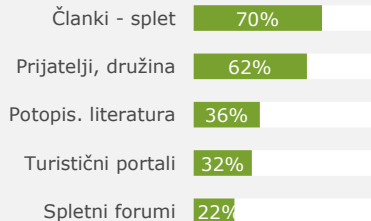


## NAKUPNA POT:

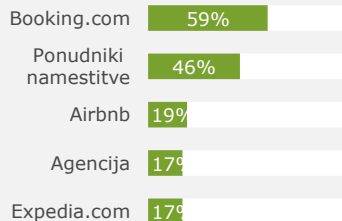
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



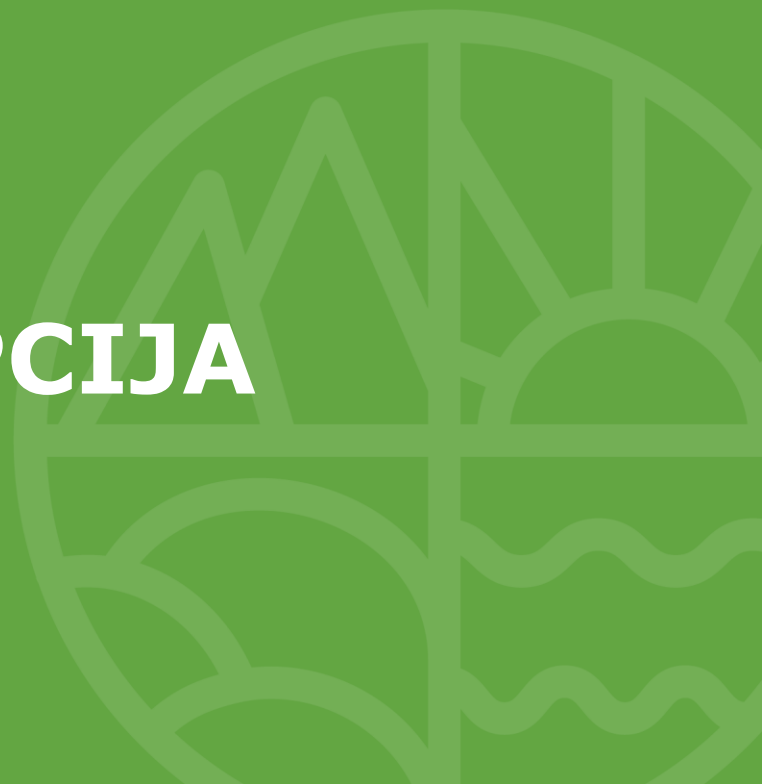
## PRORAČUN IN PORABA:

|   |          | NAČRTOVANI STROŠKI | DEJANSKI STROŠKI |
|---|----------|--------------------|------------------|
| NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan | v Evropi | 78 €               | 81 €             |
|   | v SLO    | 67 €               | 69 €             |
| PREVOZ na osebo                           | v Evropi | 114 €              | 124 €            |
|   | v SLO    | 56 €               | 55 €             |

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.

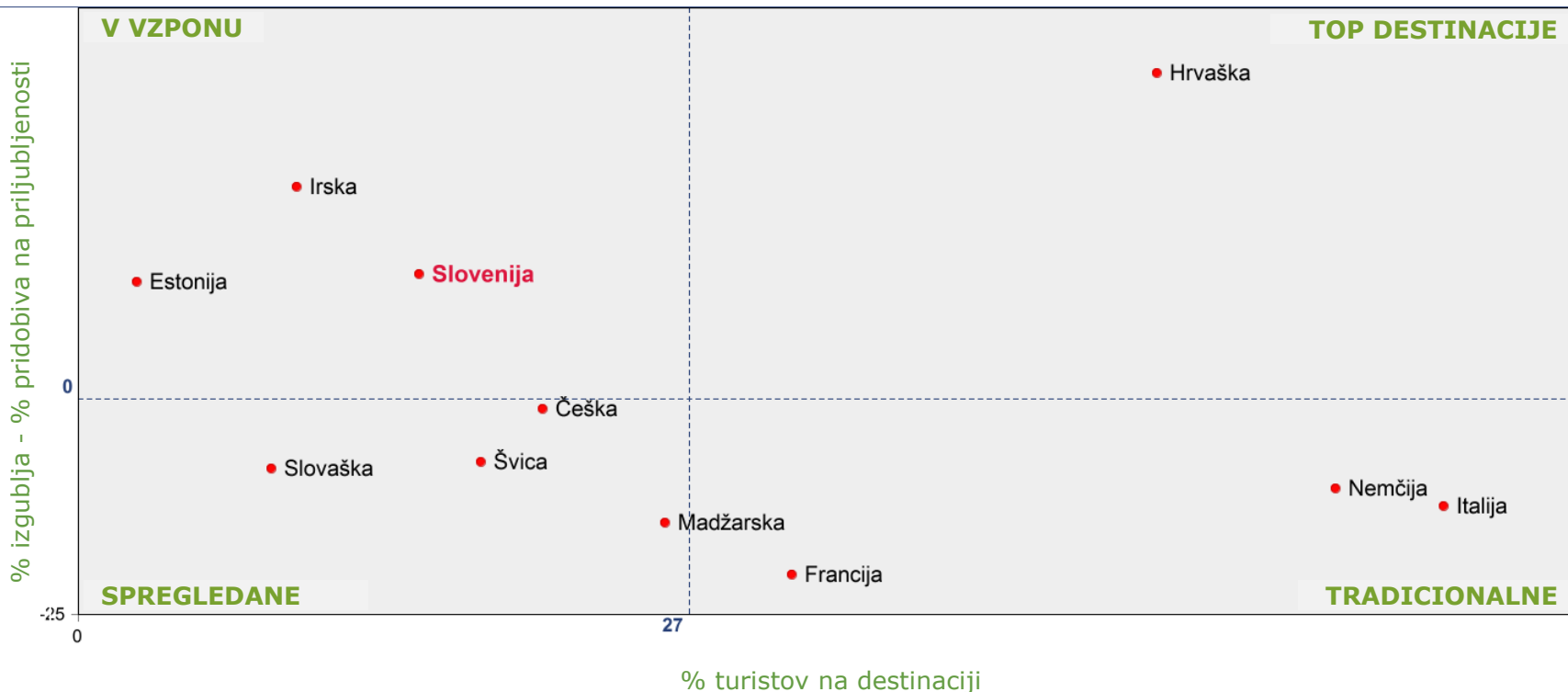


# **PODOBA IN PERCEPCIJA SLOVENIJE**



# AVSTRIJA: Relevantnost destinacij

## Delež obiskovalcev glede na priljubljenost destinacije

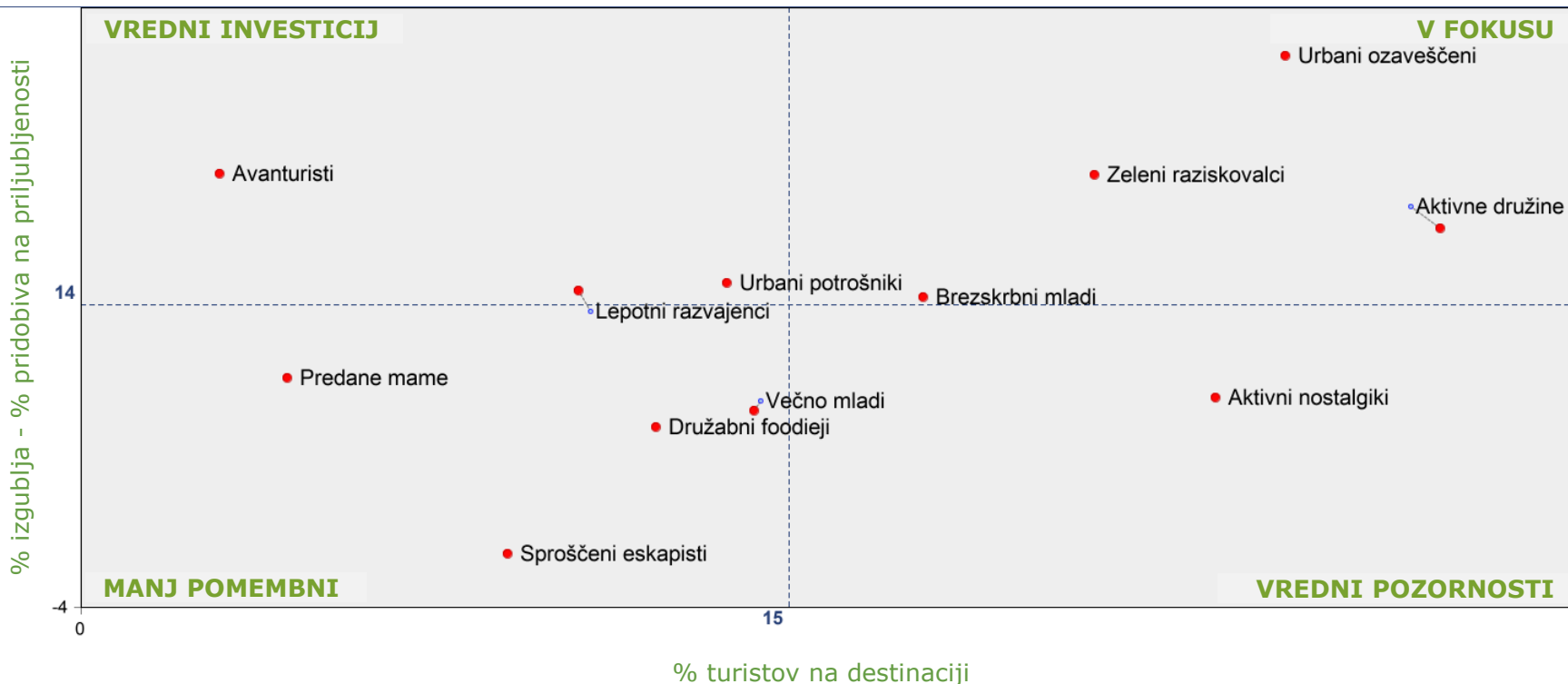


**OPOMBE:**

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).

# AVSTRIJA: Relevantnost Slovenije

Relevantnost Slovenije kot turistične destinacije glede na priljubljenost po segmentih turistov



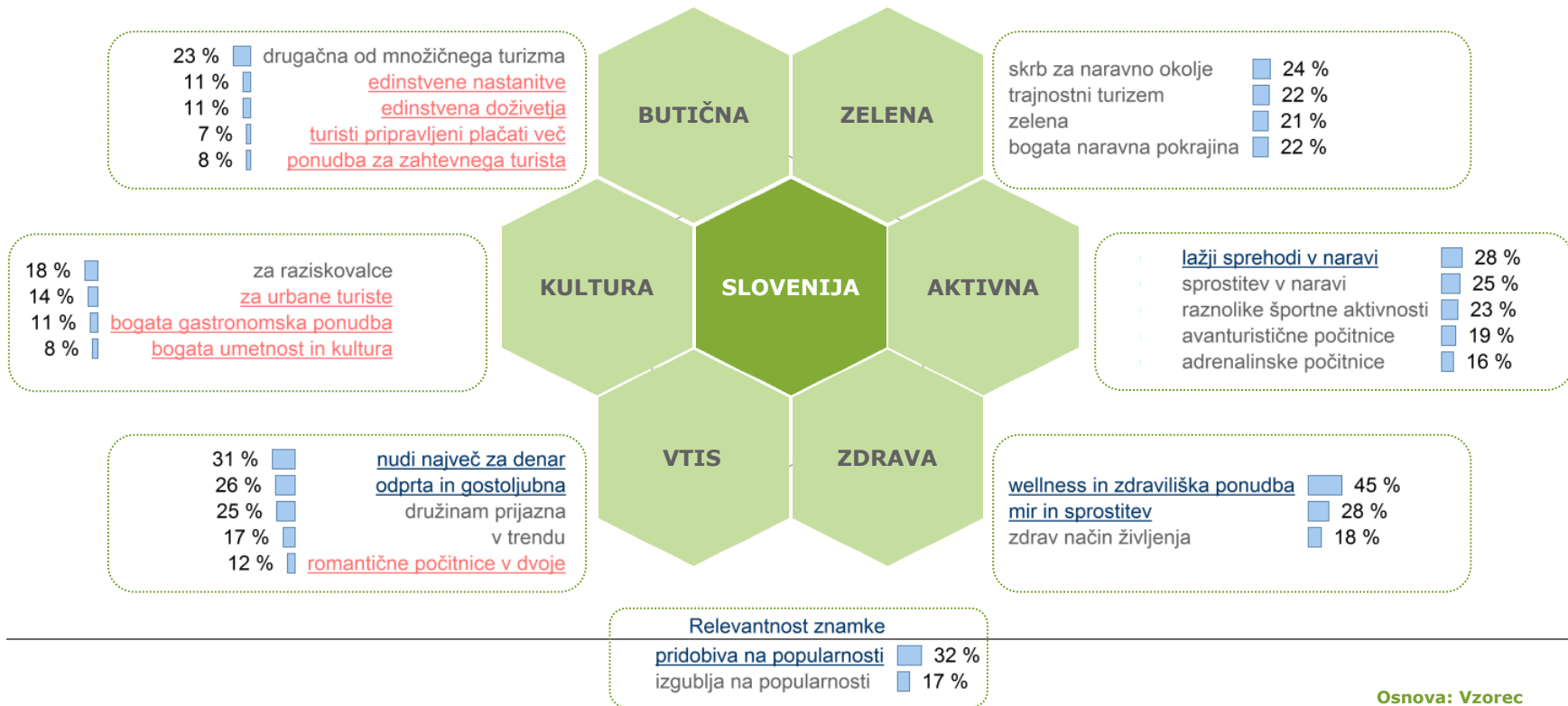
**OPOMBE:**

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).

# AVSTRIJA: Podoba Slovenije



n=1573



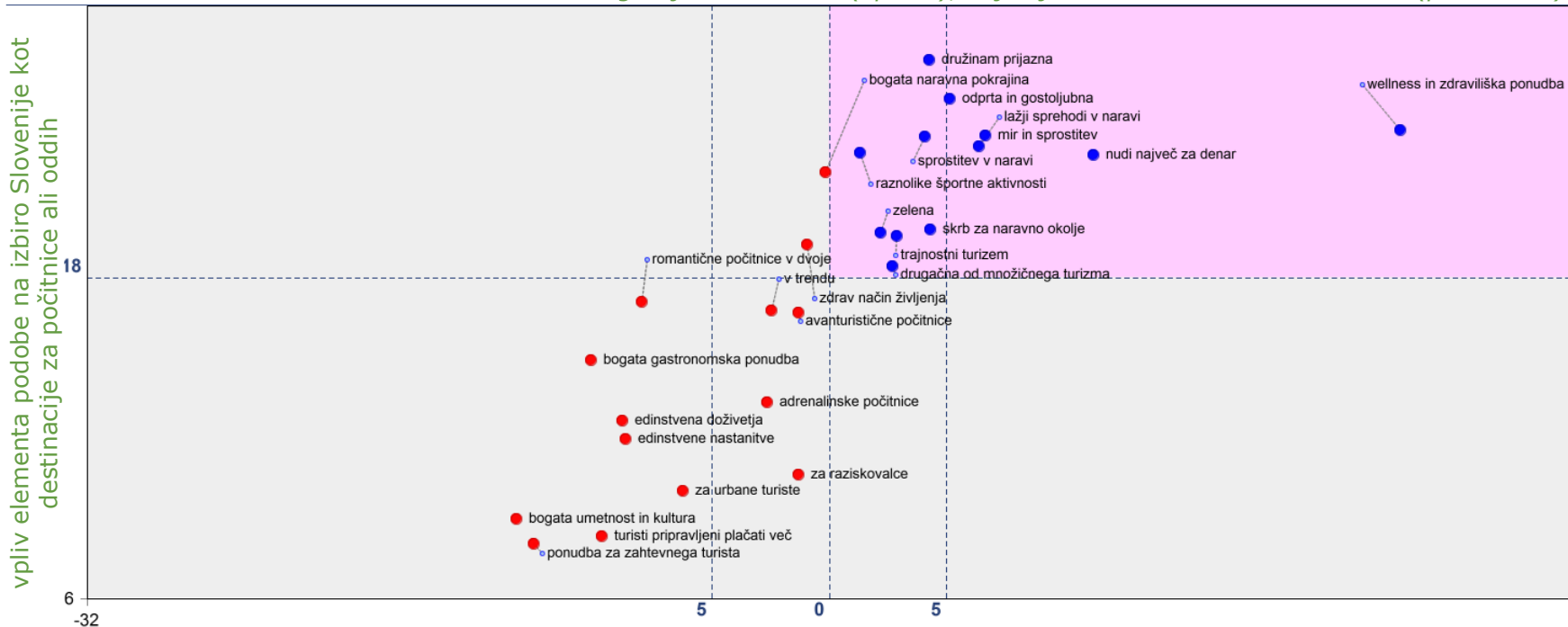
Osnova: Vzorec

# AVSTRIJA: Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih



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



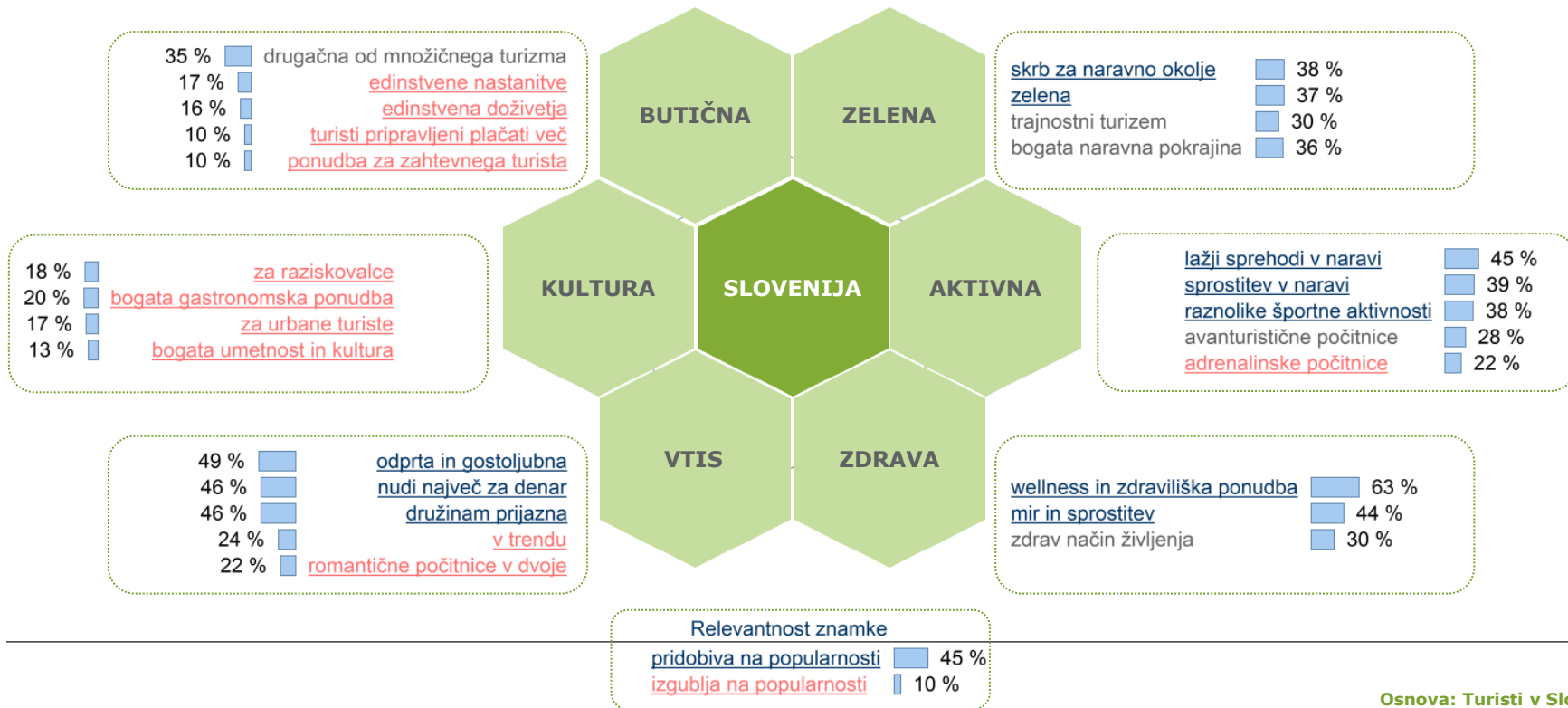
šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

**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.



n=1573



Osnova: Turisti v Sloveniji

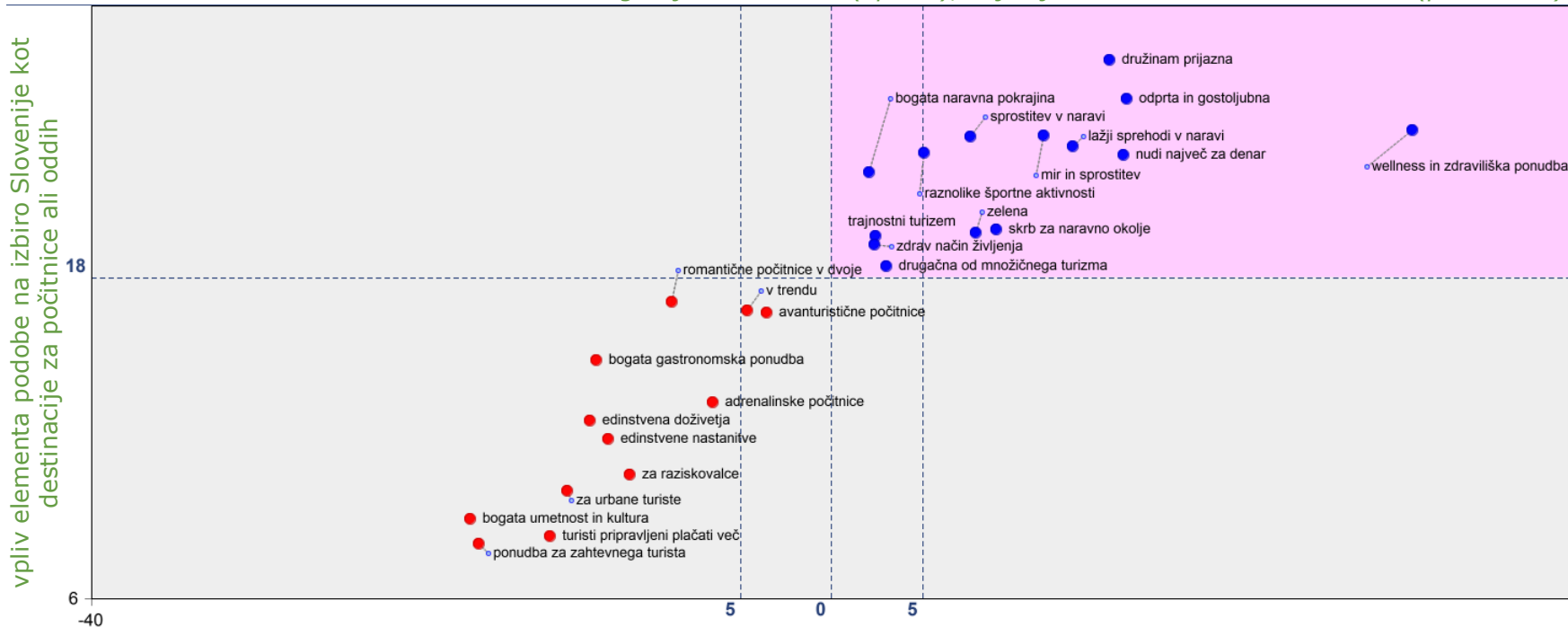
# AVSTRIJA: Pomembnost elementov

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)

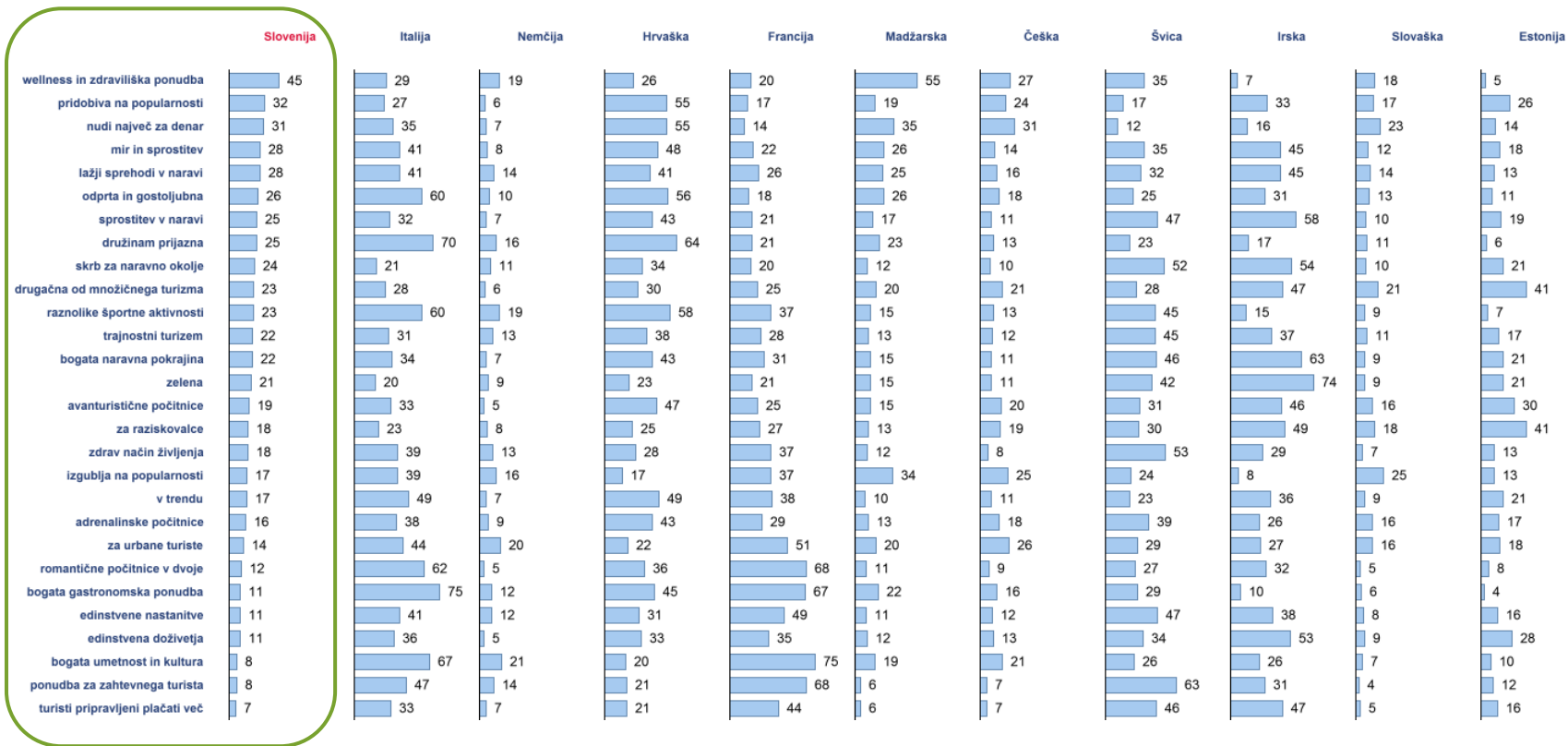


šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

**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.

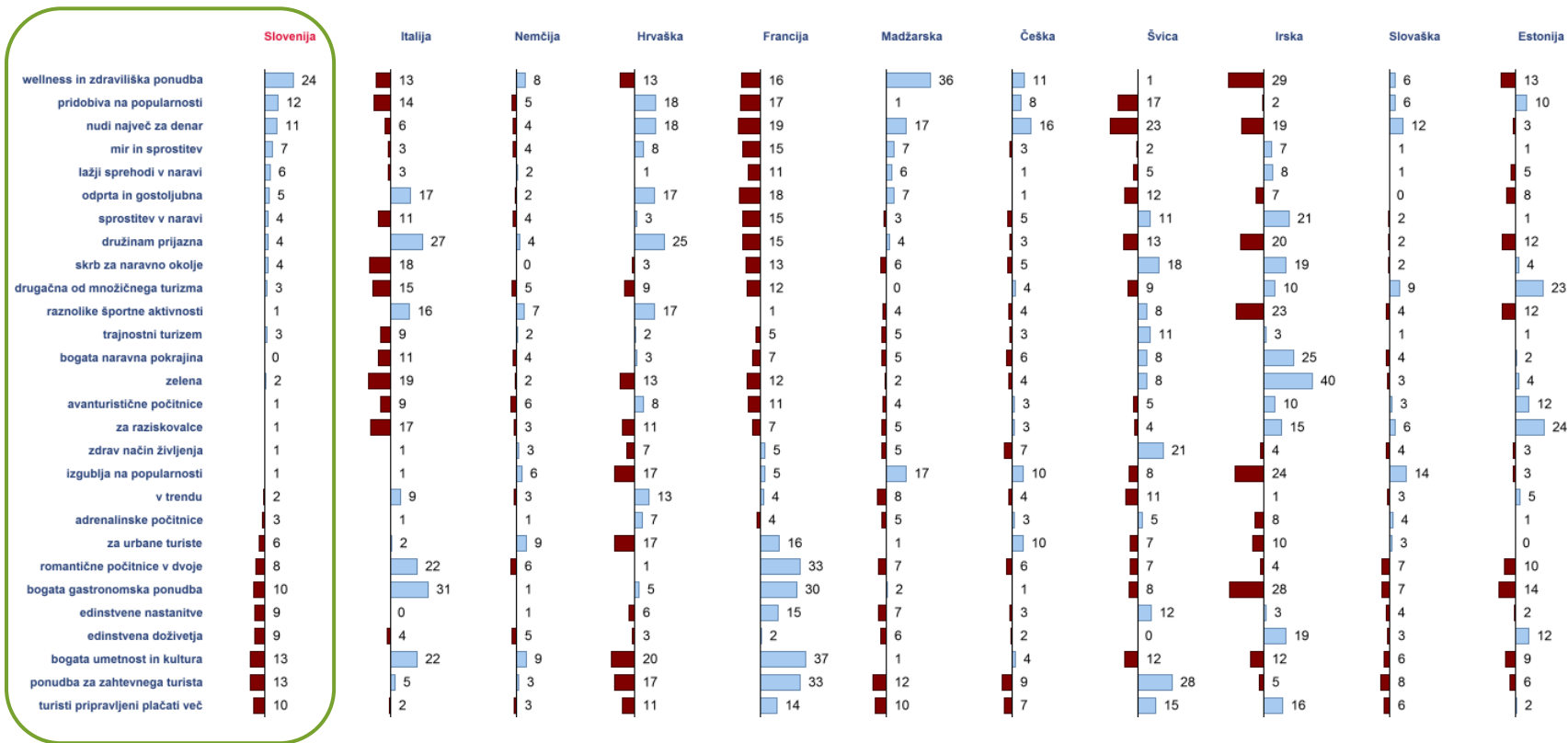
# AVSTRIJA: Podoba destinacij



OPOMBE: Anketiranci so za vsak navedeni element oziroma trditev, ki je vezana na podobo držav kot turističnih destinacij, izbirali 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.



# AVSTRIJA: 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**



# AVSTRIJA: Poznavanje in izkušnje s Slovenijo



## POZNAVANJE SLOVENIJE

Osnova: vzorec

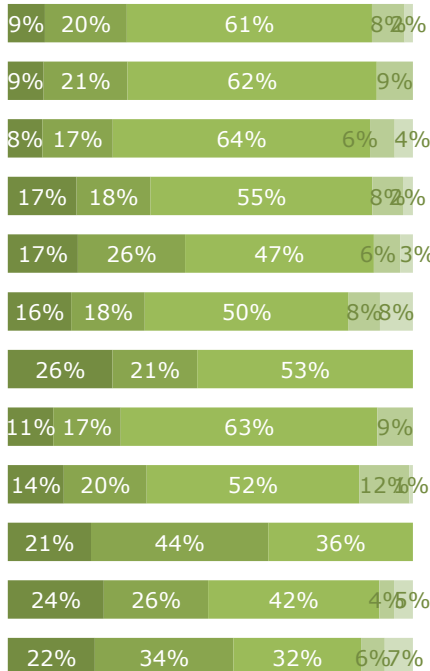


Poznavanje:

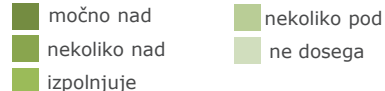


## ZADOVOLJSTVO

Osnova: obiskovalci Slovenije

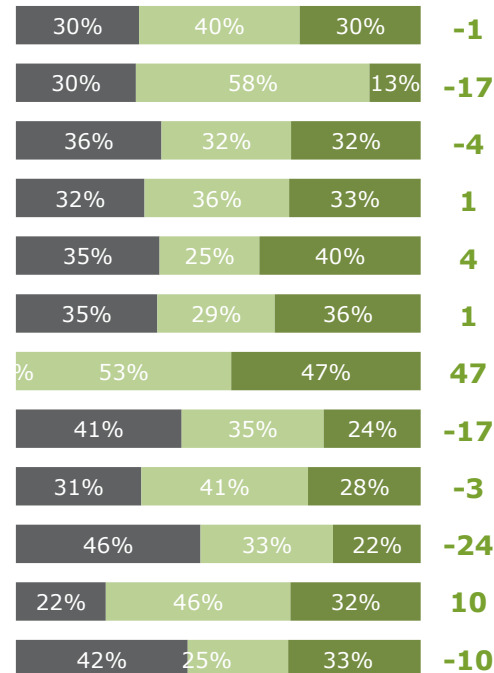


Izpolnjevanje pričakovanj:



## NPS - STOPNJA PRIPOROČANJA

NPS Indeks



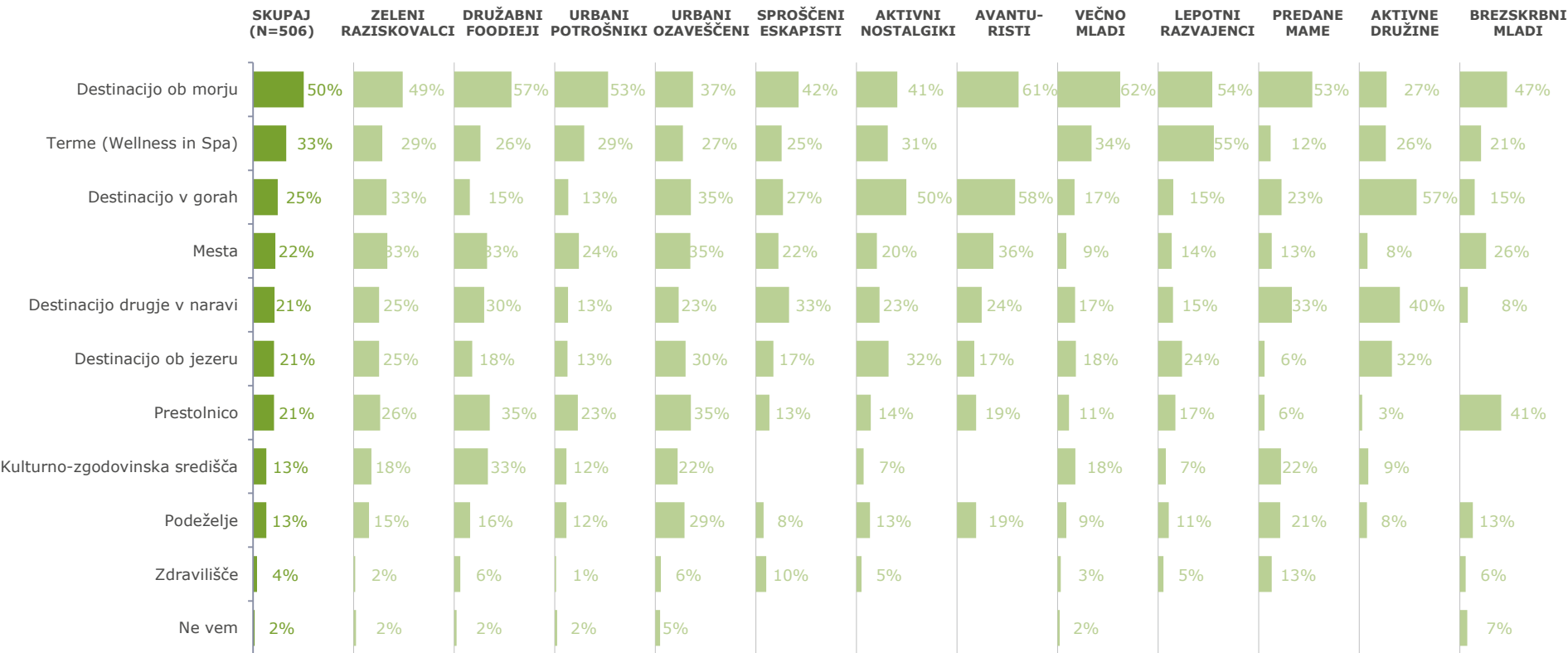
Priporočila:



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

# AVSTRIJA: Vrsta destinacije v Sloveniji

Pod vzorec: obiskovalci Slovenije





## Priložnosti za izboljšave - Top 12

Obrekovalci in nevtralni (Slovenije ne bi priporočili), n=461



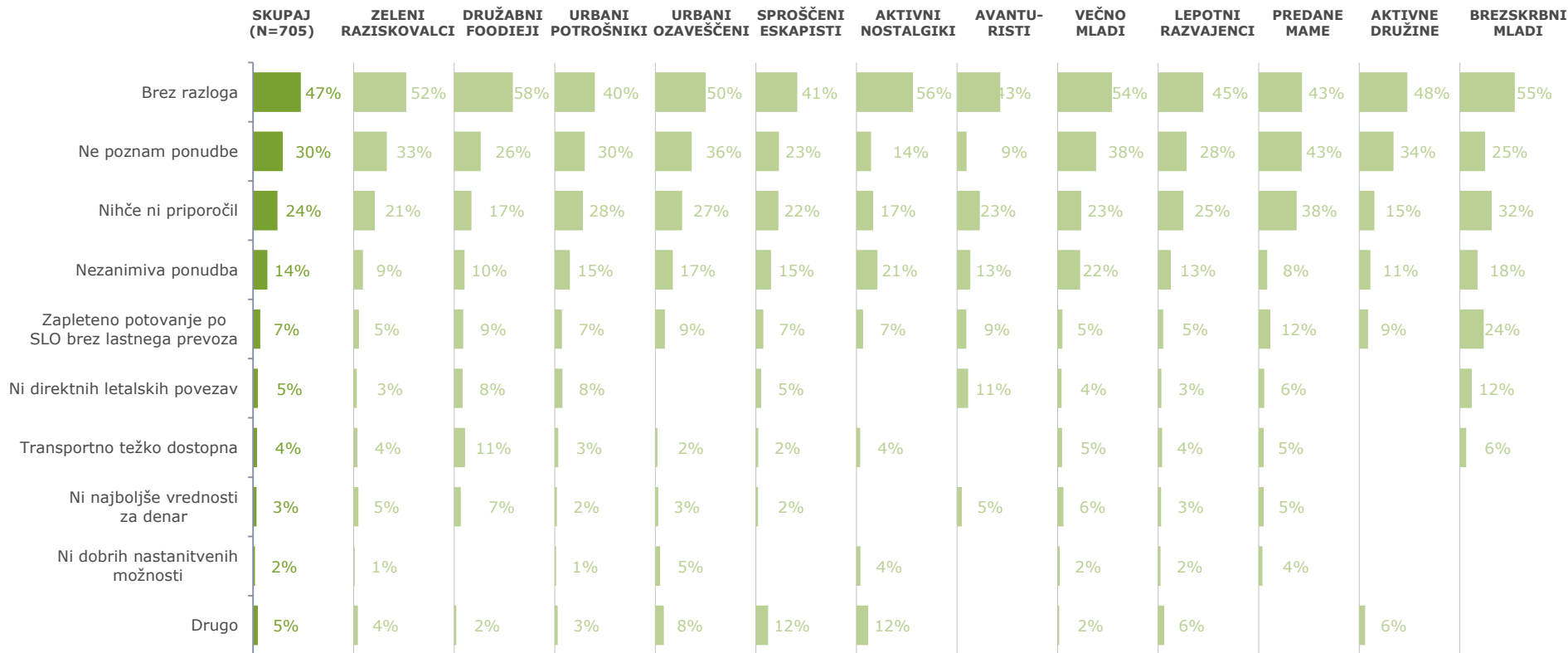
**OPOMBE:** OSTALE NAVEDBE: modernizacija, nižja cena / ukinitve vinjet, narava, pokrajina, znanje tujih jezikov, ponudba lokalnega, lastne kulture, več dogajanja, zabave, več hotelskih kapacitet, namestitvev, poskrbeti za bolj prijetno počutje, všečnost, drugačen družbeno politični odnos

## Elementi navdušenja - Top 12

Promotorji (Slovenijo bi priporočili), n=192



**OPOMBE:** OSTALE NAVEDBE: znamenitosti, zanimivosti, bogata kultura, zgodovina, čistoča in urejenost, ni gneče, množičnega turizma, lahko sporazumevanje, prijetno, zabavno vzdušje



**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., 2016\*:

| Država           | Celotna populacija* | Populacija v starosti 18-65 let* |
|------------------|---------------------|----------------------------------|
| Avstrija         | 8.690.100           | 5.574.356                        |
| Francija         | 66.760.000          | 39.372.128                       |
| Italija          | 60.665.600          | 37.287.764                       |
| Nemčija          | 82.175.700          | 51.549.829                       |
| Nizozemska       | 16.979.100          | 10.477.231                       |
| Poljska          | 37.967.200          | 25.060.599                       |
| Rusija           | 143.973.300         | 97.436.838                       |
| Velika Britanija | 65.382.600          | 39.850.721                       |

Pri izračunu porabe turistov je bila uporabljena **valutna konverzija** na dan 30. nov., 2017\*\*:

- **UK:** 1 GBP= 1.13041 EUR
- **Poljska:** 1 PLN= 0.23793 EUR
- **Rusija:** 1 RUB= 0.01442 EUR

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

\*\*Vir: <https://www.oanda.com/currency/converter/>





## Legenda ikon

### VRSTA NAMESTITVE



**Apartma**



**Hostel**



**Hotel**



**Butični  
hotel**



**Privatna  
namestitev**



**Kamp**



**Sorodniki ali  
prijatelji**

### NAČIN TRANSPORTA



**Letalo**



**Avto**



**Kolo**



**Hoja**



**Javni  
prevoz  
(avtobus)**



**Javni  
prevoz  
(vlak)**



**Avtodom**



**Motor**

# AVSTRIJA: Zeleni raziskovalci (15.7%)



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



## TIP DESTINACIJE

|         |     |     |
|---------|-----|-----|
| V gorah | 63% | +29 |
|---------|-----|-----|

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

## VRSTA NAMESTITVE

|         |     |     |
|---------|-----|-----|
| Apartma | 69% | +17 |
|---------|-----|-----|

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

## PREVOZ DO DESTINACIJE

|      |     |    |
|------|-----|----|
| Avto | 48% | +2 |
|------|-----|----|

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

## PREVOZ NA DESTINACIJI

|         |     |    |
|---------|-----|----|
| Avtobus | 38% | +7 |
|---------|-----|----|

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

## AKTIVNOSTI

|                                 |     |     |
|---------------------------------|-----|-----|
| Ogledovanje starih mestnih jedr | 80% | +22 |
| Naravne znamenitosti            | 76% | +22 |

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

## SPODBUDA

|                         |     |    |
|-------------------------|-----|----|
| Priporočila prijateljev | 60% | +8 |
| TV oddaje               | 28% | +8 |
| Potopisna literatura    | 28% | +8 |

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

## VIR INFORMACIJ

|                            |     |     |
|----------------------------|-----|-----|
| Članki na spletu           | 74% | +10 |
| Potopisna literatura       | 35% | +7  |
| Pri prijateljih in družini | 61% | +7  |

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

## NAČIN REZERVACIJE

|                          |     |     |
|--------------------------|-----|-----|
| Booking.com              | 59% | +7  |
| Neposredno pri ponudniku | 51% | +10 |

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

## S KOM POTUJE

|              |     |    |
|--------------|-----|----|
| V paru       | 51% | +4 |
| Sam          | 7%  | +2 |
| Z družino    | 24% | -8 |
| S prijatelji | 17% | +1 |

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

## LASTNOSTI:

|           |                |
|-----------|----------------|
| Velikost* | <b>900.693</b> |
| Delež*    | <b>10%</b>     |
| Starost   | <b>40</b>      |
| Ženske    | <b>53%</b>     |

|                  |            |
|------------------|------------|
| Pomlad           | <b>22%</b> |
| Poletje          | <b>62%</b> |
| Krajša potovanja | <b>3</b>   |
| Daljša potovanja | <b>1</b>   |

# AVSTRIJA: Elementi nakupne poti in potrošnja



Podnaslov „Podvzorec“ označuje, na katerem podvzorc so prikazani rezultati. V primeru, kjer podvzorec 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



44

Do destinacije

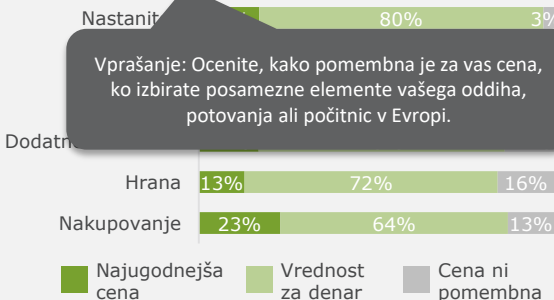
Na destinaciji (26% PEŠ, 7% KOLO, 4% MOTOR)

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 31

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:

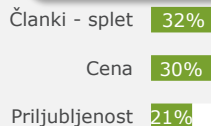


Vprašanje: Ocenite, kako pomembna je za vas cena, ko izbirate posamezne elemente vašega oddiha, potovanja ali počitnic v Evropi.

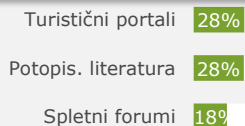
## NAKUPNA POT:

### 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 preživetje / Kako običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje v Evropi? (več odgovorov)



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

### NAČRTOVANI DEJANSKI

Vprašanje: Pomislite na vaše zadnje počitnice ali oddih v Evropi / Bivanje v Sloveniji (podvzorec 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. / 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).

# AVSTRIJA: 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 | 5.755.191 |
| Delež    | 66%       |
| Starost  | 40        |
| Ženske   | 50%       |

Podatki izračunani glede na velikost celotne populacije države.

|     |
|-----|
| 15% |
| 66% |
| 3   |
| 1   |

Daljša potovanja

## POTOVALNA DRUŽBA:

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



## VRSTA DESTINACIJE:

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



4 x

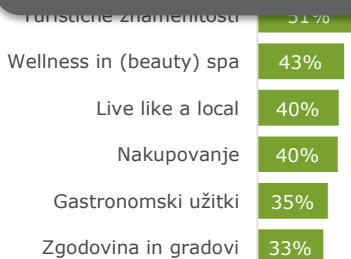
letno potuje

Pogostost potovanja v tujino ne glede na dolžino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

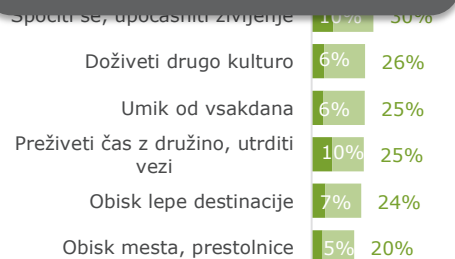
Top 10 - Vprašanje: Kakšne vrste aktivnosti so za vas pomembne, ko potujete v tujino z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? (več odgovorov)

N



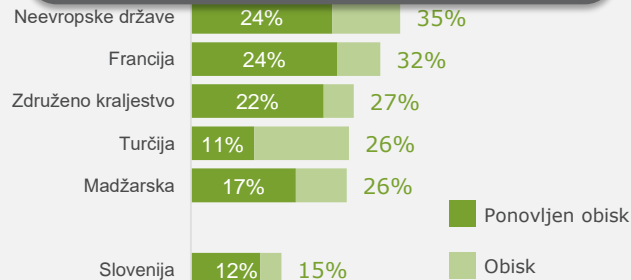
## POTOVALNI MOTIVI:

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)



## OBISKOVANJE DRŽAV:

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)



■ 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. / VRSTA NAMESTITIVE: 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. / PRORACUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški



**VALICON Ljubljana**

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

**VALICON Sarajevo**

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

**VALICON Zagreb**

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

**VALICON Beograd**

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