



IDENTIFIKACIJA TRŽNEGA POTENCIALA

Primerjalno poročilo raziskave med anketiranimi državami:

Avstrija, Francija, Nemčija, Italija, Nizozemska, Poljska,
Združeno Kraljestvo, Rusija, Belgija, Češka, Danska,
Madžarska, Španija, Švedska, Švica



Naročnik

Ime: Slovenska turistična organizacija

Naslov: Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

Kontaktna oseba: Barbara Zmrzlikar

Izvajalec

Ime: Valicon d.o.o.

Naslov: Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana

Kontaktna oseba: Matjaž Robinšak

IZJAVA O VAROVANJU OSEBNIH PODATKOV ANKETIRANCEV

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

UVOD





15
držav

ŠVEDSKA

RUSIJA

UK

DANSKA

NIZOZEMSKA

POLJSKA

BELGIJA

NEMCIJA

ČEŠKA

MADŽARSKA

ŠVICA

AVSTRIJA

ŠPANIJA

FRANCIJA

ITALIJA

REPRESENTATIVEN VZOREC

47.244

anketirancev



23.296

predstavnikov
ciljne skupine



4.990

turistov in obiskovalcev
Slovenije

12
PERSON



T = 19:34

Povprečni čas trajanja ankete



14. 11. – 5. 12. 2017

27. 9. – 17. 10. 2018

Obdobje zbiranja podatkov

Ekipa 10-IH STROKOVNJAKOV
na projektu:

VALICON

Globalna ponudnika spletnih panelov:

research
now®

SSI®



O projektu

VALICON je za Slovensko turistično organizacijo izvedel globalno spletno raziskavo „**Identifikacija tržnega potenciala**“, ki je potekala na 15-ih ciljnih trgih v okviru dveh merjenj:

2017

- UK
- Nizozemska
- Francija
- Nemčija
- Avstrija
- Poljska
- Italija
- Rusija

2018

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





Vsebina raziskave

Z raziskavo smo na posameznem trgu preverjali:

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



Vsebinski sklopi glede na nivo analize

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

CELOTNA CILJNA SKUPINA

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

OBISKOVALCI SLOVENIJE

(Podvzorec 1)

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

TURISTI V SLOVENIJI

(Podvzorec 2)

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

PRIKAZ REZULTATOV:

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

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

- **Struktura trga** (persone)

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

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



O izvajalcu

VALICON

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

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

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



Predstavitev panela

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

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



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

GRIT

2017 TOP 50
INNOVATIVE
COMPANYRESEARCH NOW
RANKED #6

METODOLOGIJA





Metodološki okvir raziskave 2017

Način izvedbe	Spletna raziskava, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), Valicon v sodelovanju s spletnimi paneli podjetja Research Now.								
Države izvedbe	Avstrija, Francija, Nemčija, Italija, Nizozemska, Poljska, Združeno Kraljestvo, Rusija								
Obdobje izvedbe	17. november - 24. november 2017								
Ciljna skupina	Prebivalci posamezne države, ki <u>vsaj enkrat letno potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic, potovanja in tam prespijo vsaj 2 noči.</u>								
Vzorec		Avstrija	Francija	Nemčija	Italija	Nizozemska	Poljska	Združeno Kraljestvo	Rusija
	Celoten vzorec:	2.337	2.670	2.330	2.323	2.472	3.228	2.458	5.829
	Ciljna skupina:	1.547	1.533	1.542	1.529	1.575	1.528	1.543	1.583
	Obiskovalci Slovenije:	653	229	294	482	285	420	278	131
	Turisti Slovenije:	233	38	45	123	95	55	49	29
Reprezentativnost	Ciljna oseba je izbrana iz vzorčnega okvira, ki je reprezentativen za populacijo v starosti od 18 do 65 let. Podatki so uteženi glede na spol, starost in regijo.								
Dolžina vprašalnika	Povprečni čas trajanja anket: t=19:15.								

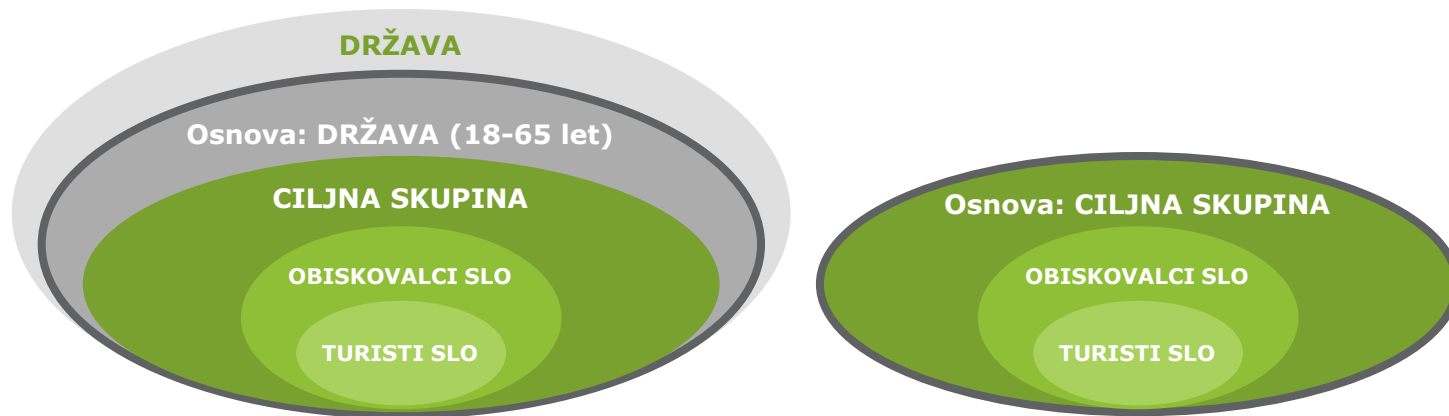


Metodološki okvir raziskave 2018

Način izvedbe	Spletna raziskava, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), Valicon v sodelovanju s spletnimi paneli podjetja Research Now.							
Države izvedbe	Belgija, Češka, Danska, Madžarska, Španija, Švedska, Švica							
Obdobje izvedbe	27. september - 17. oktober 2018							
Ciljna skupina	Prebivalci posamezne države, ki <u>vsaj enkrat letno potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic, potovanja in tam prespijo vsaj 2 noči.</u>							
Vzorec		Belgija	Češka	Danska	Madžarska	Španija	Švedska	Švica
	Celoten vzorec:	2.744	3.564	3.016	5.911	2.812	3.343	2.189
	Ciljna skupina:	1.519	1.715	1.518	1.560	1.551	1.516	1.516
	Obiskovalci Slovenije:	222	536	244	605	205	242	236
	Turisti Slovenije:	67	149	53	202	31	53	31
Reprezentativnost	Ciljna oseba je izbrana iz vzorčnega okvira, ki je reprezentativen za populacijo v starosti od 18 do 65 let. Podatki so uteženi glede na spol, starost in regijo.							
Dolžina vprašalnika	Povprečni čas trajanja anket: t=19:52.							



Osnovi za izračune deležev



Obrobjeni elipsi nakazujeta osnovo za izračune deležev (prikazani so na naslednji strani):

- **Osnova 1:** Populacija države v starosti 18-65 let
- **Osnova 2:** Ciljna skupina (tisti, ki potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic ali potovanja vsaj 1-krat letno in tam prespijo vsaj 2-krat)



Deleži in velikost vzorcev 2017

Osnova 1: POPULACIJA V DRŽAVI V STAROSTI 18-65 LET

	AVSTRIJA	FRANCIJA	NEMČIJA	ITALIJA	NIZOZEMSKA	POLJSKA	UK	RUSIJA
POPULACIJA 18-65 LET	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
CILJNA SKUPINA	66,2%	58,1%	66,1%	66,2%	64,3%	47,5%	63,1%	27,2%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	27,9%	8,6%	12,6%	20,8%	11,5%	13,0%	11,3%	2,2%
TURISTI SLOVENIJE	10,0%	1,4%	1,9%	5,3%	3,8%	1,7%	2,0%	0,5%

Osnova 2: CILJNA SKUPINA

	AVSTRIJA	FRANCIJA	NEMČIJA	ITALIJA	NIZOZEMSKA	POLJSKA	UK	RUSIJA
POPULACIJA 18-65 LET	/	/	/	/	/	/	/	/
CILJNA SKUPINA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	43,0%	16,0%	19,0%	32,0%	18,0%	27,0%	18,0%	8,0%
TURISTI SLOVENIJE	15,1%	2,5%	2,9%	8,0%	6,0%	3,6%	3,2%	1,8%

	AVSTRIJA	FRANCIJA	NEMČIJA	ITALIJA	NIZOZEMSKA	POLJSKA	V. BRITANIJA	RUSIJA
POPULACIJA 18-65 LET	5.574.356	39.372.128	51.549.829	37.287.764	10.477.231	25.060.599	39.850.721	97.436.838
CILJNA SKUPINA	3.691.730	22.866.512	34.095.184	24.672.253	6.736.400	11.898.743	25.132.814	26.540.211
OBISKOVALCI SLOVENIJE	1.557.660	3.375.079	6.509.176	7.742.854	1.205.857	3.258.119	4.507.249	2.183.667
TURISTI SLOVENIJE	555.678	557.482	991.753	1.971.693	403.165	424.321	796.848	486.324

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



Deleži in velikost vzorcev 2018

Osnova 1: POPULACIJA V DRŽAVI V STAROSTI 18-65 LET

	BELGIJA	ČEŠKA	DANSKA	MADŽARSKA	ŠPANIJA	ŠVEDSKA	ŠVICA
POPULACIJA 18-65 LET	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
CILJNA SKUPINA	56,2 %	49,6%	51,6%	26,4%	56,3%	47,7%	69,3%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	8,2%	15,5%	8,3%	10,2%	7,4%	7,6%	10,8%
TURISTI SLOVENIJE	2,5%	4,3%	1,8%	3,4%	1,1%	1,7%	2,3%

Osnova 2: CILJNA SKUPINA

	BELGIJA	ČEŠKA	DANSKA	MADŽARSKA	ŠPANIJA	ŠVEDSKA	ŠVICA
POPULACIJA 18-65 LET	/	/	/	/	/	/	/
CILJNA SKUPINA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	14,6%	31,2%	16,1%	38,8%	13,2%	16,0%	15,6%
TURISTI SLOVENIJE	4,4%	8,7%	3,5%	13,0%	2,0%	3,5%	3,4%

	BELGIJA	ČEŠKA	DANSKA	MADŽARSKA	ŠPANIJA	ŠVEDSKA	ŠVICA
POPULACIJA 18-65 LET	7.075.878	6.811.816	3.549.649	6.382.651	29.823.712	6.050.551	5.472.750
CILJNA SKUPINA	3.977.733	3.380.532	1.833.308	1.686.633	7.880.997	2.884.414	3.792.205
OBISKOVALCI SLOVENIJE	580.092	1.055.655	295.045	653.837	3.055.135	460.266	590.838
TURISTI SLOVENIJE	175.266	293.990	63.422	218.462	1.020.788	101.127	127.199

KLJUČNE UGOTOVITVE RAZISKAVE IN USMERITEV





Ključne ugotovitve

(1/3)

- Prvo merjenje konec leta 2017 je **v turistični podobi Slovenije** pokazalo, da se med vsemi trgi v največji meri odraža njena **drugačnost od množičnega turizma**, kar je pokazalo tudi drugo merjenje. Slovenija je percipirana predvsem kot destinacija za **raziskovalce**, ki nudi **spostitev v naravi** in **avanturistične počitnice**. **Wellness in zdraviliška ponudba** je najbolj **prepoznana na avstrijskem in italijanskem trgu**. Nasprotno Slovenija ni destinacija, ki bi jo prepoznavali po njeni kulturi in umetnosti, bogati gastronomski ponudbi, prav tako pa ne velja za destinacijo, ki bi bila zanimiva za bolj zahtevnega turista, romantične počitnice v dvoje ali za urbane turiste.
- **Bližina** predstavlja **pomemben dejavnik** potenciala Slovenije kot turistične destinacije, saj je nekoliko višji pri sosednjih državah, najbolj **pri Avstrijcih in Madžarih**. Sledi **Češka**, na ostalih trgih je potencial manjši.



Ključne ugotovitve

(2/3)

- **V vseh 15 državah je med top tremi 5 segmentov:** Zeleni raziskovalci, Urbani potrošniki, Lepotni razvajenci, Večno mladi in Družabni foodiji. **Zeleni raziskovalci** predstavlja z vidika velikosti **najpomembnejši segment**, ki se pojavi na vseh trgih, razen Danske. **Urbani potrošniki** so med tremi najpomembnejšimi segmenti v 12 državah (razen Poljske, Češke in Rusije). **Lepotni razvajenci** predstavljajo največji segment v Avstriji in na Češkem. Za posamezne trge so glede na velikost pomembni še **Večno mladi** (Poljska, Rusija, Nizozemska) in **Družabni foodiji** (Španija, Francija, Italija in Rusija).
- **Najmanjša cenovna občutljivost** je zaznana **med Danci in Poljaki**, kot najbolj cenovno občutljive pa se percipirajo **Rusi, Španci in Madžari**, vendar pa v Sloveniji potrošijo povprečno več, kot na drugih evropskih destinacijah. **Pri stroških namestitve** so v Sloveniji največji porabniki **Danci**, **pri stroških prevoza Španci**.



Ključne ugotovitve

(3/3)

- **Butični hoteli** so najbolj zanimiva namestitvev za **Italijane** in **Britance**. **Italijani** poleg **Poljakov** v večji meri izbirajo **tudi turistične kmetije**. **Kampiranje** je najbolj zanimivo za **Čehe**, **Madžare**, **Nizozemce** in **Francoze**, **hostli** za **Poljake** in **Madžare**, ki se poleg **Francozov** najbolj poslužujejo tudi **privatnih namestitev** in najmanj od vseh uporabljajo namestitve v hotelih.
- **Booking.com** je **prevladujoči način rezervacije** na večini trgov – izstopa pri Italijanih, Špancih, Francozih in Avstrijcih. **Rusi** in **Čehi** se v največji meri odločajo za rezervacijo svojega oddiha, počitnic ali potovanja **preko agencij**. **Airbnb** največ uporabljajo **Francozi**, rezervacije neposredno **pri ponudniku namestitev** pa **Avstrijci**.



Priporočilo

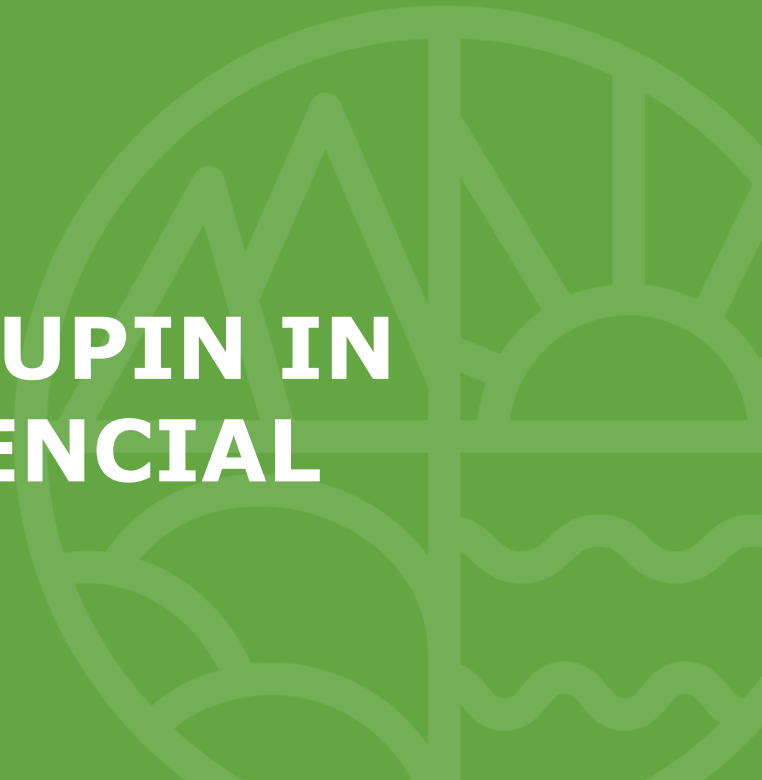
Slovenija je tudi na osnovi analize vseh 15 trgov **percipirana kot** destinacija, ki je **drugačna od množičnega turizma**. Z vidika potenciala je zanimiva predvsem za **sosednje države in Češko**. V teh državah je, razen v Italiji, med top tremi segmenti po velikosti segment Lepotnih razvajencev, kar lahko povežemo z večjim zanimanjem za **wellness in zdraviliški turizem**.

Za Slovenijo kot turistično destinacijo je smiselna **usmeritev v butičnost in maksimizacijo obstoječih segmentov**, pri čemer je pomembna **usmerjenost v nekaj ključnih strateških produktov**, ki bodo ponujali možnost kakovostnega preživljanja časa **tudi za bolj zahtevne goste**.

Priložnost vidimo v razvijanju treh trgov, na katerih prevladuje segment Urbanih potrošnikov - **Švedske, Švice in Španije**. S ponudbo urbanega turizma bi lahko najhitreje prodrli na te trge in povečali prepoznavnosti Slovenije kot turistične destinacije ter ustvarili prvo izkušnjo, prek katere odpremo možnosti za predstavitev Slovenije kot destinacije z bogato ponudbo zelenega turizma, wellnessa in zdraviliške ponudbe.

Primerjalni podatki

VELIKOST CILJNIH SKUPIN IN SEGMENTOV TER POTENCIAL (OBISK IN IZBIRA)



Velikost ciljne skupine po trgih



VELIKA BRITANIJA:

Ciljna sk.:	63,1%	25.132.814
Obiskovalci:	11,3%	4.507.249
Turisti:	2,0%	796.848



NIZOZEMSKA:

Ciljna sk.:	64,3%	6.736.400
Obiskovalci:	11,5%	1.205.857
Turisti:	3,8%	403.165



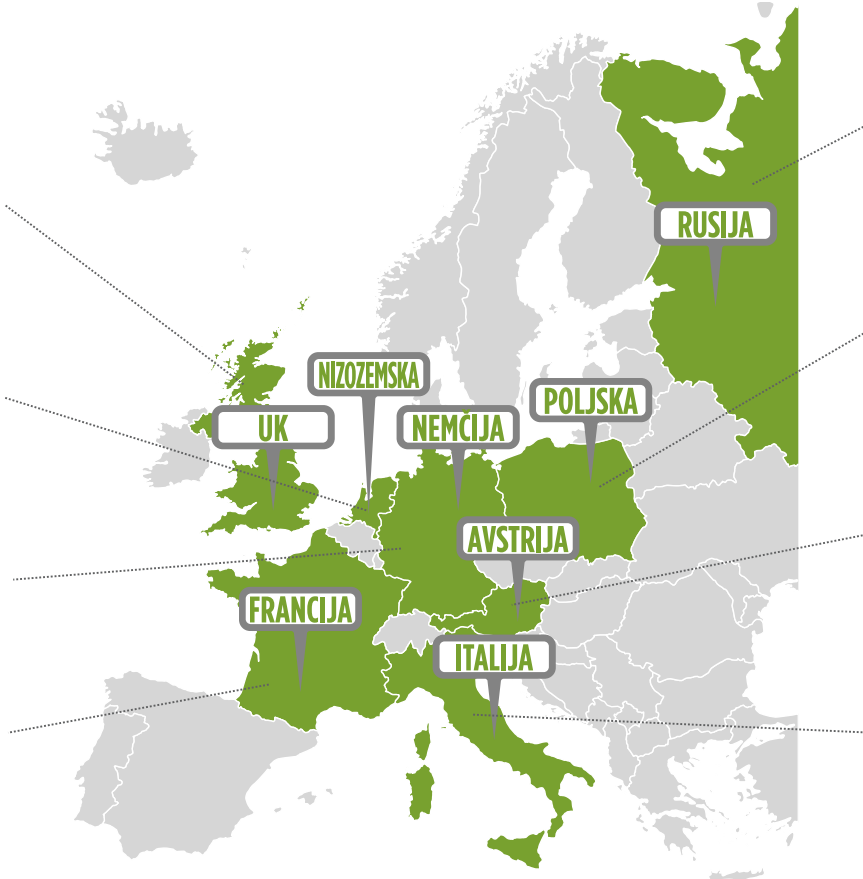
NEMČIJA:

Ciljna sk.:	66,1%	34.095.184
Obiskovalci:	12,6%	6.509.176
Turisti:	1,9%	991.753



FRANCIJA:

Ciljna sk.:	58,1%	22.866.512
Obiskovalci:	8,6%	3.375.079
Turisti:	1,4%	557.482



RUSIJA:

Ciljna sk.:	27,2%	26.540.211
Obiskovalci:	2,2%	2.183.667
Turisti:	0,5%	486.324



POLJSKA:

Ciljna sk.:	47,5%	11.898.743
Obiskovalci:	13,0%	3.258.119
Turisti:	1,7%	424.321



AVSTRIJA:

Ciljna sk.:	66,2%	3.691.730
Obiskovalci:	27,9%	1.557.660
Turisti:	10,0%	555.678



ITALIJA:

Ciljna sk.:	66,2%	24.672.253
Obiskovalci:	20,8%	7.742.854
Turisti:	5,3%	1.971.693

OPOMBE:

Prikazani so deleži ciljne skupine (potujejo v tujino z namenom oddiha ali počitnic v tujino vsaj 1x-letno) in podzorcev „Obiskovalci“ (Slovenijo so že obiskali, pri čemer so upoštevani tudi neturistični obiski) in „Turisti“ (med njihovimi destinacijami za oddih ali počitnice je tudi Slovenija). Velikosti ciljnih skupin so izračunane glede na populacijo države in starosti od 18 do 65 let.

Velikost ciljne skupine po trgih



ŠVEDSKA:

Ciljna sk.:	47,7%	2.884.414
Obiskovalci:	7,6%	460.266
Turisti:	1,7%	101.127



DANSKA:

Ciljna sk.:	51,6%	1.833.308
Obiskovalci:	8,3%	295.045
Turisti:	1,8%	63.422



BELGIJA:

Ciljna sk.:	56,2%	3.977.733
Obiskovalci:	8,2%	580.092
Turisti:	2,5%	175.266



ŠPANIJA:

Ciljna sk.:	56,3%	7.880.997
Obiskovalci:	7,4%	3.055.135
Turisti:	1,1%	1.020.788

ŠVEDSKA

DANSKA

BELGIJA

ČEŠKA

ŠVICA

MADŽARSKA

ŠPANIJA



ČEŠKA:

Ciljna sk.:	49,6%	3.380.532
Obiskovalci:	15,5%	1.055.655
Turisti:	4,3%	293.990



ŠVICA:

Ciljna sk.:	69,3%	3.792.205
Obiskovalci:	10,8%	590.838
Turisti:	2,3%	127.199



MADŽARSKA:

Ciljna sk.:	26,4%	1.686.633
Obiskovalci:	10,2%	653.837
Turisti:	3,4%	218.462

OPOMBE:

Prikazani so deleži ciljne skupine (potujejo v tujino z namenom oddiha ali počitnic v tujino vsaj 1x-letno) in podvzorci „Obiskovalci“ (Slovenijo so že obiskali, pri čemer so upoštevani tudi neturistični obiski) in „Turisti“ (med njihovimi destinacijami za oddih ali počitnice je tudi Slovenija). Velikosti ciljnih skupin so izračunane glede na populacijo države in starosti od 18 do 65 let.

Velikost ciljne skupine po regijah trgov



AVSTRIJA

3.691.730



Sever	851.290 (23,1%)
Jug	851.290 (21,8%)
Dunaj	792.703 (21,5%)
Vzhod	733.035 (29,9%)
Zahod	508.775 (13,8%)



FRANCIJA

22.866.512



J-vzhod	5.761.205 (25,2%)
Pariz	5.630.992 (24,6%)
S-zahod	4.520.556 (19,8%)
S-vzhod	4.514.894 (19,7%)
J-zahod	2.438.866 (10,7%)



NEMČIJA

34.095.184



Jug	10.355.243 (30,4%)
Sever	8.229.122 (24,1%)
Center	7.841.832 (23,0%)
Zahod	7.668.988 (22,5%)



ITALIJA

24.672.253



S-zahod	6.944.153 (28,1%)
Jug	5.836.063 (23,7%)
Center	4.882.576 (19,8%)
S-vzhod	4.460.760 (18,1%)
Otoki	2.548.701 (10,3%)



NIZOZEMSKA

6.736.400



Zahod	3.296.789 (48,9%)
Jug	1.474.883 (21,9%)
Vzhod	1.400.304 (20,8%)
Sever	564.424 (8,4%)



POLJSKA

11.898.743



Jug	2.689.679 (22,6%)
Center	2.570.625 (21,6%)
Vzhod	1.833.474 (15,4%)
S-zahod	1.802.074 (15,1%)
Sever	1.633.069 (13,7%)
J-zahod	1.369.824 (11,5%)



UK

25.132.814



Sever	6.136.692 (24,4%)
Vzhod	5.678.262 (22,6%)
Jug	5.598.785 (22,3%)
Škot., S Irsko, Wales	3.936.843 (15,7%)
London	3.782.232 (15,0%)



RUSIJA

26.540.211



Central	12.454.065 (46,9%)
Volga	6.232.380 (23,5%)
North-west	4.833.218 (18,2%)
South	3.020.548 (11,4%)

Velikost ciljne skupine po regijah trgov



BELGIJA

3.691.730



Bruselj	487.628 (12,3%)
S-Vzhod	1.388.715 (34,9%)
S-Zahod	956.205 (24,0%)
J-Vzhod	611.393 (15,4%)
J-Zahod	533.793 (13,4%)



ČEŠKA

3.380.532



Center	547.172 (16,2%)
Vzhod	816.829 (24,2%)
Sever	474.889 (14,0%)
Praga	562.908 (16,7%)
Jug	534.513 (15,8%)
Zahod	444.221 (13,1%)



DANSKA

1.833.308



Hovedstaden	694.590 (37,9%)
Center	385.334 (21,0%)
Sever	167.002 (9,1%)
Zahod	249.699 (13,6%)
Jug	336.683 (18,4%)



MADŽARSKA

1.686.633



Budimpešta	397.776 (23,6%)
Center	351.343 (20,8%)
S-Vzhod	378.418 (22,4%)
S-Zahod	270.846 (18,1%)
Jug	288.251 (17,1%)



ŠPANIJA

7.880.997



Center	2.194.239 (27,8%)
Vzhod	1.250.126 (15,9%)
Sever	1.299.866 (16,5%)
S-Vzhod	1.637.329 (20,8%)
Jug	1.499.438 (19,0%)



ŠVEDSKA

2.884.414



Center	519.649 (18,0%)
Sever	244.829 (8,5%)
Jug	776.389 (26,9%)
Stockholm	813.490 (28,2%)
Zahod	530.056 (18,4%)



ŠVICA

3.792.205



Alpe & Predalpski del	887.301 (23,4%)
Fr.-govor. V	608.303 (16,0%)
Fr.-govor. Z	824.514 (21,7%)
S-Vzhod	866.471 (22,8%)
S-Zahod	605.615 (16,0%)

Trije največji segmenti po trgih



AVSTRIJA



LEPOTNI RAZVAJENCI:

22,4% 827.715



URBANI POTROŠNIKI:

19,4% 716.841



ZELENI RAZISKOVALCI:

15,7% 577.759



FRANCIJA



URBANI POTROŠNIKI:

20,3% 4.634.723



ZELENI RAZISKOVALCI:

17,4% 3.968.518



DRUŽABNI FOODIEJI:

9,5% 2.170.666



NEMČIJA



ZELENI RAZISKOVALCI:

17,2% 5.879.195



URBANI POTROŠNIKI:

17,0% 5.805.746



LEPOTNI RAZVAJENCI:

15,3% 5.212.283



ITALIJA



URBANI POTROŠNIKI:

20,0% 4.923.623



ZELENI RAZISKOVALCI:

17,1% 4.221.262



DRUŽABNI FOODIEJI:

12,2% 3.004.703



NIZOZEMSKA



ZELENI RAZISKOVALCI:

22,4% 1.510.132



URBANI POTROŠNIKI:

15,9% 1.073.834



VEČNO MLADI:

15,9% 1.068.282



POLJSKA



VEČNO MLADI:

15,1% 1.801.146



ZELENI RAZISKOVALCI:

15,0% 1.780.315



LEPOTNI RAZVAJENCI:

14,9% 1.773.865



VELIKA BRITANIJA



URBANI POTROŠNIKI:

19,2% 4.833.092



ZELENI RAZISKOVALCI:

13,6% 3.420.872



LEPOTNI RAZVAJENCI:

13,4% 3.373.108



RUSIJA



VEČNO MLADI:

16,2% 4.306.013



DRUŽABNI FOODIEJI:

16,0% 4.243.071



ZELENI RAZISKOVALCI:

14,8% 3.932.358

Trije največji segmenti po trgih



BELGIJA



ZELENI RAZISKOVALCI:

17,1% 681.898



URBANI POTROŠNIKI:

15,6% 622.138



LEPOTNI RAZVAJENCI:

15,6% 620.721



ČEŠKA



LEPOTNI RAZVAJENCI:

28,9% 978.451



ZELENI RAZISKOVALCI:

14,8% 499.465



VEČNO MLADI:

13,7% 464.686



DANSKA



URBANI POTROŠNIKI:

19,8% 362.330



LEPOTNI RAZVAJENCI:

17,0% 311.316



VEČNO MLADI:

11,4% 208.465



MADŽARSKA



ZELENI RAZISKOVALCI:

18,4% 309.499



URBANI POTROŠNIKI:

14,1% 238.054



LEPOTNI RAZVAJENCI:

13,8% 233.024



ŠPANIJA



URBANI POTROŠNIKI:

21,6% 1.705.283



ZELENI RAZISKOVALCI:

14,4% 1.135.418



DRUŽABNI FOODIEJI:

13,4% 1.055.499



ŠVEDSKA



URBANI POTROŠNIKI:

19,2% 553.018



LEPOTNI RAZVAJENCI:

19,1% 550.869



ZELENI RAZISKOVALCI:

12,2% 351.197



ŠVICA



URBANI POTROŠNIKI:

21,9% 830.313



LEPOTNI RAZVAJENCI:

17,7% 669.736



ZELENI RAZISKOVALCI:

15,4% 585.185

Finančno stanje gospodinjstva po trgih



BELGIJA



ČEŠKA



DANSKA



MADŽARSKA



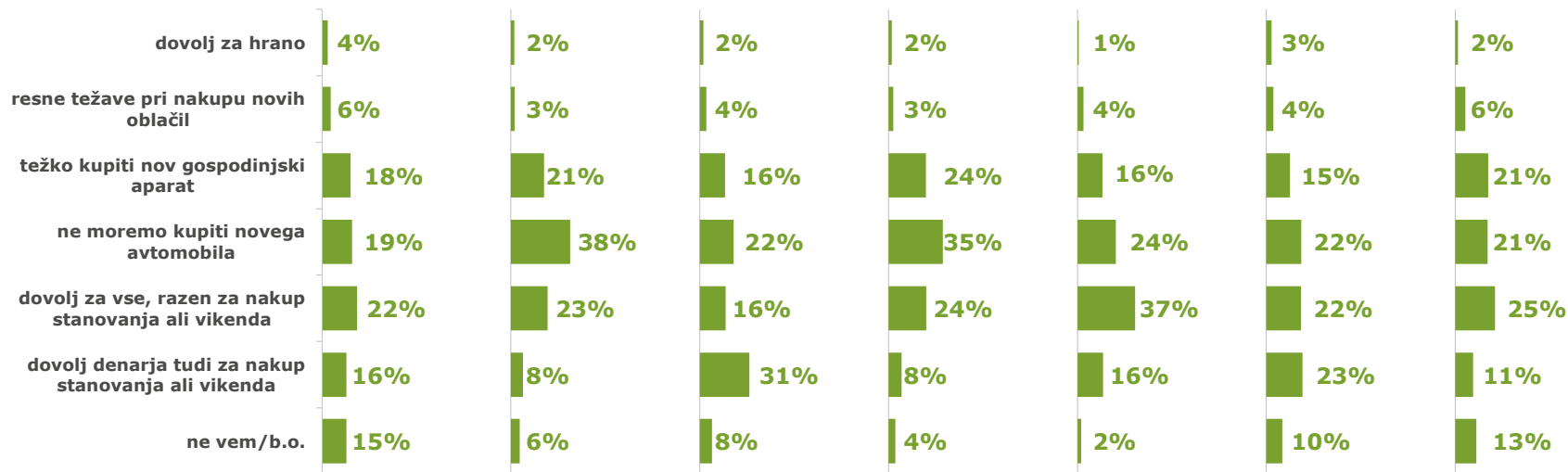
ŠPANIJA



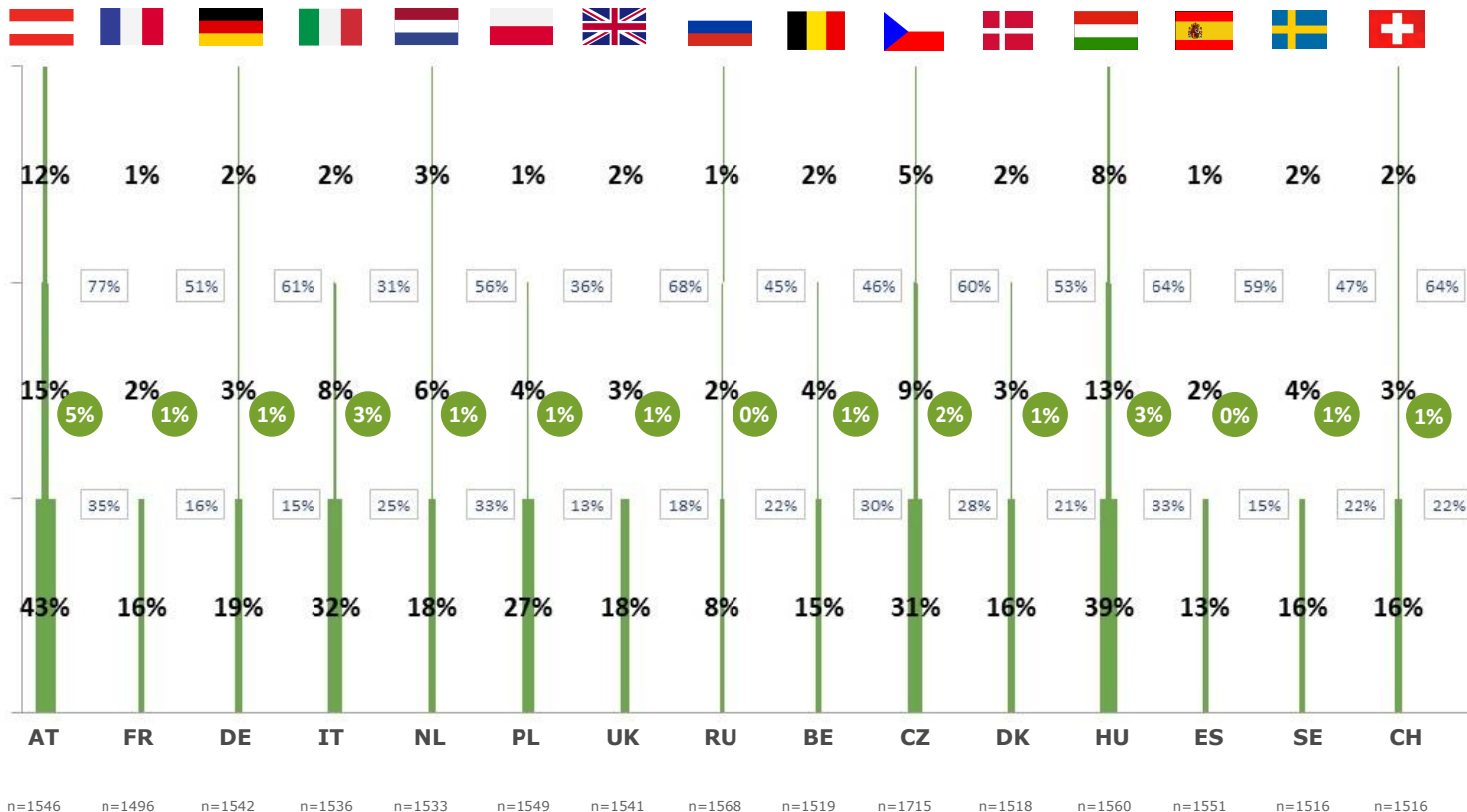
ŠVEDSKA



ŠVICA



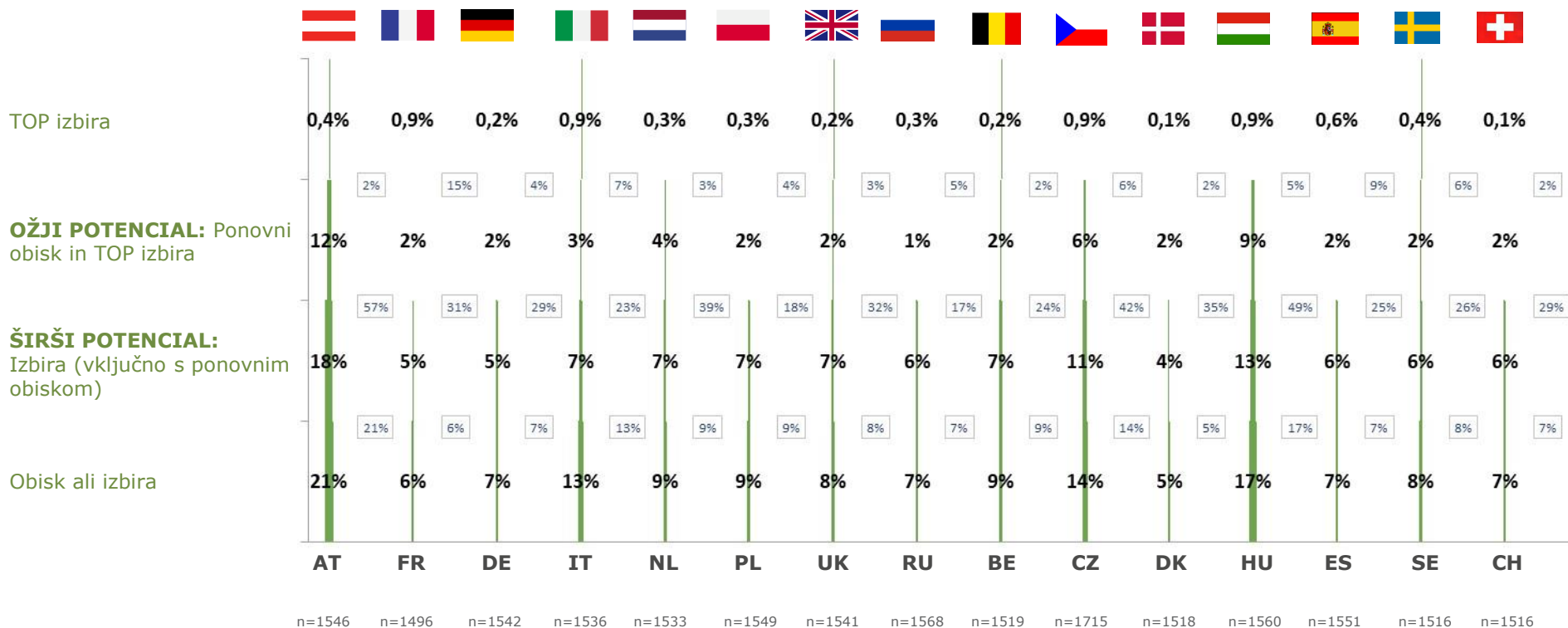
Izkušnja in obisk v Sloveniji



OPOMBE:

Piramida prikazuje obisk Slovenije kot turistične destinacije in je razdeljen na 3 nivoje: **1. VSI OBISKOVALCI SLOVENIJE:** Delež v ciljni populaciji, ki je Slovenijo kadarkoli obiskal, pri čemer so vključeni tudi neturistični obiski. **2. OBISK Z NAMENOM ODDIHA:** Delež v ciljni populaciji, ki je v Sloveniji z namenom oddiha, počitnic ali potovanja bival vsaj 2 noči. V zelenem krogu desno je prikazan delež tistih, ki so Slovenijo z enakim namenom obiskali v zadnjih 12-ih mesecih. **3. PONOVNI OBISK:** Delež ciljne populacije, ki bi med turističnimi destinacijami Slovenijo obiskal ponovno.

Potencial Slovenije kot turistične destinacije



Piramida prikazuje izbiro Slovenije kot turistične destinacije in je razdeljen na 4 nivoje: **1. OBISK ALI IZBIRA:** Delež v ciljni populaciji, ki je v Sloveniji z namenom oddiha, počitnic ali potovanja že bival vsaj 2 noči ali pa bi se za Slovenijo kot turistično destinacijo odločili v prihodnje (prva in ostale izbire). **2. IZBIRA:** Delež v ciljni populaciji, ki bi se za Slovenijo kot turistično destinacijo odločili v prihodnje (prva in ostale izbire) ali so v Sloveniji že bili in bi se odločili za ponovni obisk. **3. PONOVNI OBISK IN TOP IZBIRA:** Delež v ciljni populaciji, ki so v Sloveniji že bili in bi se odločili za ponovni obisk, ALI bi za turistično destinacijo v prihodnje najprej izbral Slovenijo (prva izbira). **4. TOP IZBIRA:** Delež v ciljni populaciji, ki bi za turistično destinacijo v prihodnje najprej izbral Slovenijo (prva izbira).

Velikost potenciala Slovenije kot turistične destinacije


AT

FR

DE

IT

NL

PL

UK

RU

OŽJI POTENCIAL:

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.

	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU
Delež*:	12%	2%	2%	3%	4%	2%	2%	1%
Velikost**:	437.562	431.120	648.441	722.370	236.649	192.145	606.800	293.820
REGIJA Z NAJVEČJIM POTENCIALOM:	Jug 45%	J-vzhod 37%	Jug 49%	S-zahod 32% S-vzhod 32%	Zahod 57%	Jug 37%	Sever 26%	Centralna 62%

ŠIRŠI POTENCIAL:

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

	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU
Delež*:	18%	5%	5%	7%	7%	7%	7%	6%
Velikost**:	646.981	1.134.692	1.839.065	1.841.143	446.813	806.356	1.723.589	1.485.158
REGIJA Z NAJVEČJIM POTENCIALOM:	Jug 42%	J-vzhod 27%	Jug 44%	S-zahod 32%	Zahod 57%	Jug 28% Center 28%	Sever 29%	Centralna 58%

OPOMBE:

*% po trgu predstavlja delež v ciljni skupini. % po regijah predstavlja absolutni delež regije glede na celoten potencial trga (ožji ali širši).

PODROBNEJŠA OPREDELITEV IZSTOPAJOČIH REGIJ: **AT:** Jug (Koroška in Štajerska); **FR:** Jugovzhod (Auvergne, Corse, Languedoc-Roussillon, Provansa, Alpe, Azurna obala, Rhône-Alpes); **NEM:** Jug (Baden-Württemberg, Bavarska); **ITA:** S-vzhod (Emilia Romagna, Furlanija Julijska krajina, Trentino Alto Adige, Veneto), S-zahod (Ligurija, Lombardija, Piemont, Valle d'Aosta); **NIZ:** Zahod (Flevoland, Severna in Južna Holandija, Utrecht); **POL:** Jug (Małopolskie, Śląskie), Center (Łódzkie, Mazowieckie); **VB:** Sever (Severovzhodni in Severozahodni Yorkshire in Humber); **RUS:** Center (Osrednje Zvezno okrožje).

Velikost potenciala Slovenije kot turistične destinacije



BE



CZ



DK



HU



ES



SE



CH

OŽJI POTENCIAL:

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.

	BE	CZ	DK	HU	ES	SE	CH
Delež*:	2%	6%	2%	9%	2%	2%	2%
Velikost**:	87.993	194.577	34.592	143.461	132.201	57.148	83.195
REGIJA Z NAJVEČJIM POTENCIALOM:	S-Zahod 52%	Praga 25%	Hovedstaden 49%	Budimpešta 37%	S-Vzhod 31%	Center 37%	Alpe & Predal. del 27%

ŠIRŠI POTENCIAL:

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

	BE	CZ	DK	HU	ES	SE	CH
Delež*:	7%	11%	4%	13%	6%	6%	6%
Velikost**:	275.535	356.591	68.606	214.391	481.768	168.948	236.601
REGIJA Z NAJVEČJIM POTENCIALOM:	S-Zahod 41%	Praga 23%	Hovedstaden 42%	Budimpešta 33%	S-Vzhod 24% Sever 24%	Center 33%	Alpe & Predal. del 33%

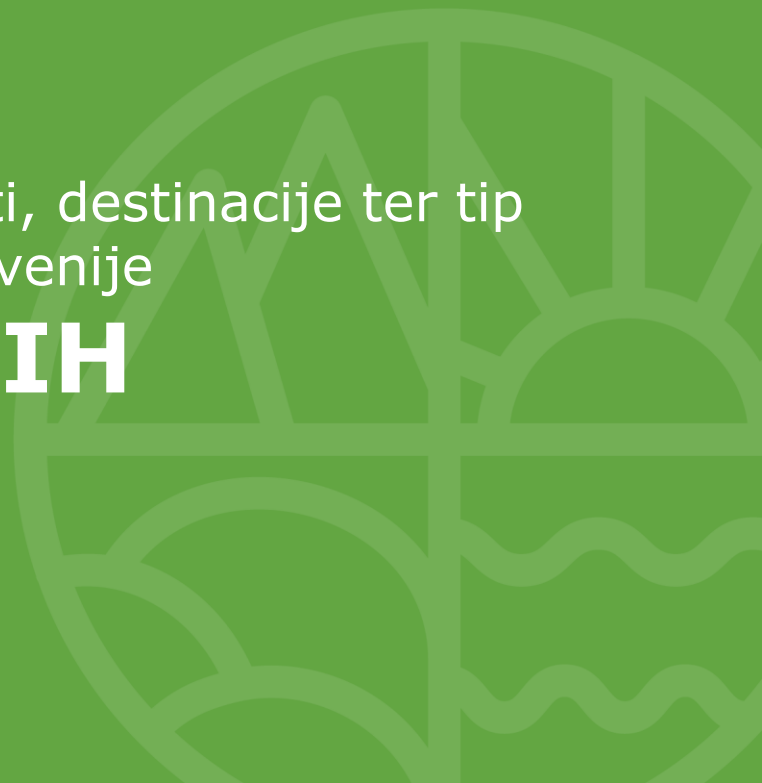
OPOMBE:

*% po trgu predstavlja delež v ciljni skupini. % po regijah predstavlja absolutni delež regije glede na celoten potencial trga (ožji ali širši).

PODROBNEJŠA OPREDELITEV IZSTOPAJOČIH REGIJ: **BEL:** Severozahod (Vzhodna in Zahodna Flandrija); **CZE:** Praga; **DEN:** Hovedstaden; **HUN:** Budimpešta; **ESP:** S-Vzhod (Aragón, Katalonija), Sever (Asturias, Cantabria, Galicija, Navarra, País Vasco, Rioja); **SWE:** Center (Dalarna, Örebro, Vzhodni Götland, Južni in Zahodni Manlands, Uppsala, Okrožje Värmland); **CHE:** Alpe in Predalpski del (Appenzel zunanji in notranji Rhodes, Glarus, Graubünden, Luzern, Nidwalden, Obwalden, Sv. Gallen, Schwyz, Ticino, Uri, Zug).

Segmenti, motivi potovanja in aktivnosti, destinacije ter tip
destinacije, ki bi jo izbrali ob obisku Slovenije

USMERITVE PO TRGIH

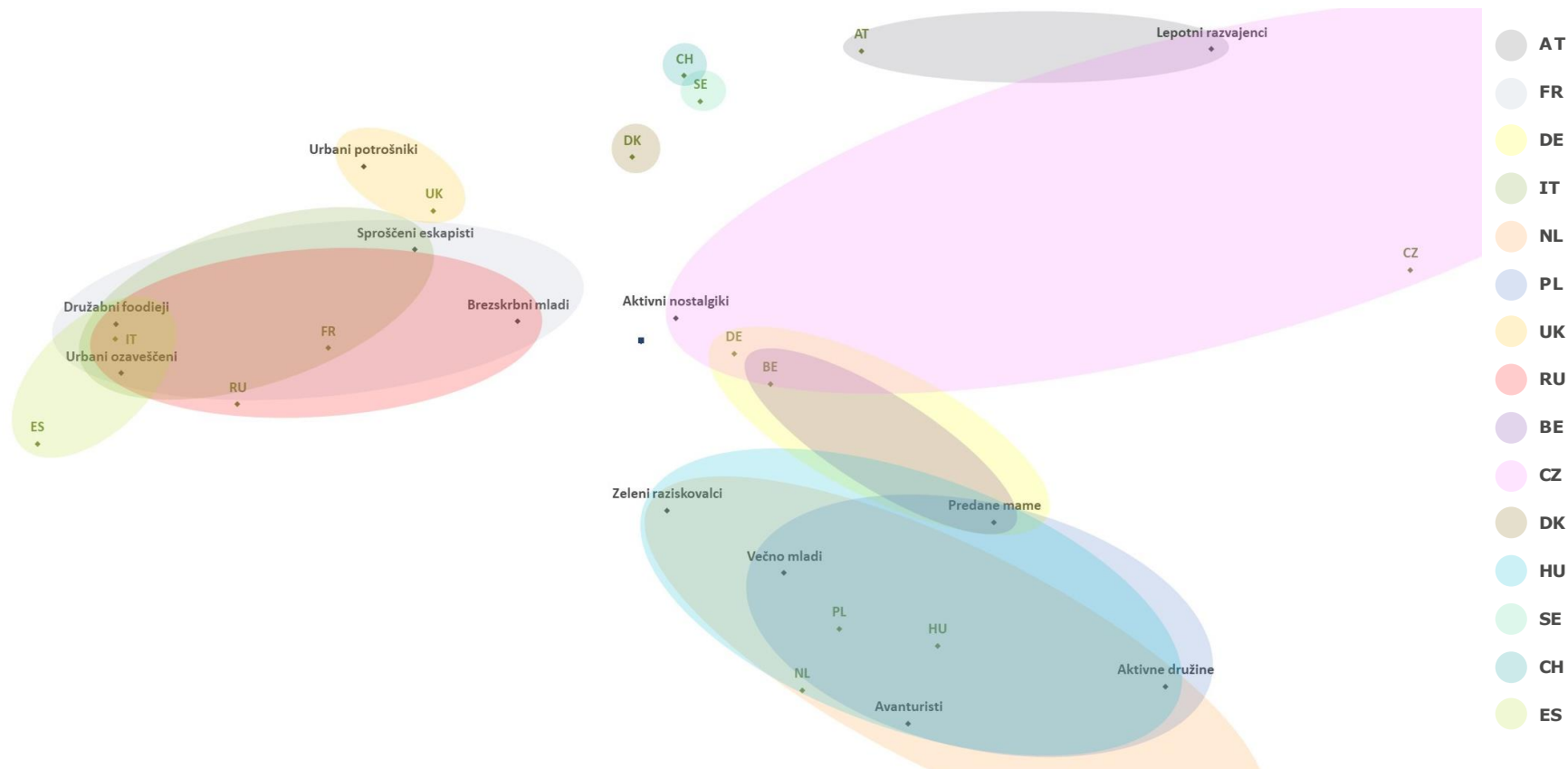


	n=	%	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU	BE	CZ	DK	HU	SE	CH	ES
Total	23204	100,0%	6,7%	6,4%	6,6%	6,6%	6,6%	6,7%	6,6%	6,8%	6,5%	7,4%	6,5%	6,7%	6,5%	6,5%	6,7%
Persone	23204	100,0%															
Zeleni raziskovalci	3671	15,8%	15,7%	17,6%	17,2%	17,2%	22,6%	15,0%	13,7%	14,9%	17,1%	14,8%	11,3%	18,4%	12,2%	15,4%	14,4%
Družabni foodieji	2024	8,7%	6,0%	9,6%	7,2%	12,2%	5,3%	6,9%	13,2%	16,0%	8,0%	5,6%	9,1%	5,6%	7,1%	5,9%	13,4%
Urbani potrošniki	3948	17,0%	19,4%	20,5%	17,0%	20,1%	16,1%	10,0%	19,3%	14,6%	15,6%	7,4%	19,8%	14,1%	19,2%	21,9%	21,6%
Urbani ozaveščeni	1303	5,6%	5,2%	6,9%	4,9%	9,6%	3,2%	8,0%	4,6%	7,3%	3,8%	2,6%	5,4%	3,1%	5,5%	4,6%	9,9%
Sproščeni eskapisti	1734	7,5%	6,4%	8,3%	7,4%	9,4%	4,9%	6,2%	7,5%	9,9%	7,0%	5,7%	8,1%	6,9%	8,0%	8,5%	8,2%
Aktivni nostalgiki	1511	6,5%	5,0%	7,2%	7,3%	7,3%	7,3%	6,6%	8,3%	2,6%	7,5%	7,2%	6,9%	5,0%	6,2%	6,8%	6,6%
Avanturisti	723	3,1%	1,8%	3,7%	3,5%	1,9%	4,6%	4,8%	2,9%	1,4%	2,9%	4,1%	2,6%	4,7%	2,6%	1,9%	3,3%
Večno mladi	2686	11,6%	9,6%	8,6%	10,0%	7,6%	16,0%	15,2%	9,1%	16,3%	12,1%	13,7%	11,4%	13,2%	12,0%	7,7%	10,7%
Lepotni razvajenci	3460	14,9%	22,4%	9,6%	15,3%	7,2%	11,4%	14,9%	13,5%	10,8%	15,6%	28,9%	17,0%	13,8%	19,1%	17,7%	4,9%
Predane mame	686	3,0%	2,9%	1,9%	4,9%	2,8%	2,5%	4,0%	2,8%	1,2%	3,6%	3,5%	2,8%	5,1%	2,0%	2,5%	1,7%
Aktivne družine	713	3,1%	2,6%	1,9%	2,8%	1,8%	3,7%	4,8%	1,9%	1,4%	3,5%	4,9%	2,9%	6,2%	1,9%	3,1%	2,5%
Brezskrbni mladi	745	3,2%	2,8%	4,1%	2,6%	2,9%	2,4%	3,6%	3,3%	3,7%	3,3%	1,7%	2,8%	4,0%	4,3%	4,1%	2,9%

V tabeli je prikazano odstopanje elementov (segmenti) po posameznih trgih. Zelena barva označuje statistično bolj značilne elemente za posamezen trg, siva pa statistično manj značilne elemente za posamezen trg. Temnejši odtenki barv označujejo močnejšo (pozitivno/negativno) odstopanje elementa na trgu. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne elemente znotraj ene države.

Segmenti

Korespondenčna analiza



OPOMBE:

S korespondenčno analizo je na dvo-dimenzionalnem grafu prikazana povezava med elementi (segmenti) in trgi. Obarvani krogi združujejo elemente, ki so bolj značilni za posamezen trg. Analiza v primerjavi s tabelarnim prikazom dodatno skrči nabor elementov, saj so pri tem upoštevana razmerja med in primerjava z vsemi državami, ki so del te raziskave. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne trge po elementih.

Segmenti

Povzetek korespondenčne analize

		Zeleni raziskovalci	Družabni foodieji	Urbani potrošniki	Urbani ozaveščeni	Sproščeni eskapisti	Aktivni nostalgiki	Avanturisti	Večno mladi	Lepotni razvajenci	Predane mame	Aktivne družine	Brezskrbni mladi
Avstrija													
Francija													
Nemčija													
Italija													
Nizozemska													
Poljska													
Združeno Kraljestvo													
Rusija													
Belgija													
Češka													
Danska													
Madžarska													
Španija													
Švedska													
Švica													

OPOMBE:

V vsaki državi so s podobo prikazani tisti segmenti (persone), ki so bolj značilni za omenjeni trg. Če pri posamezni državi ni prikazana nobena persona, to pomeni, da za omenjeni trg noben segment ni bolj značilen.

Motiv za potovanje

Tabelarni pregled

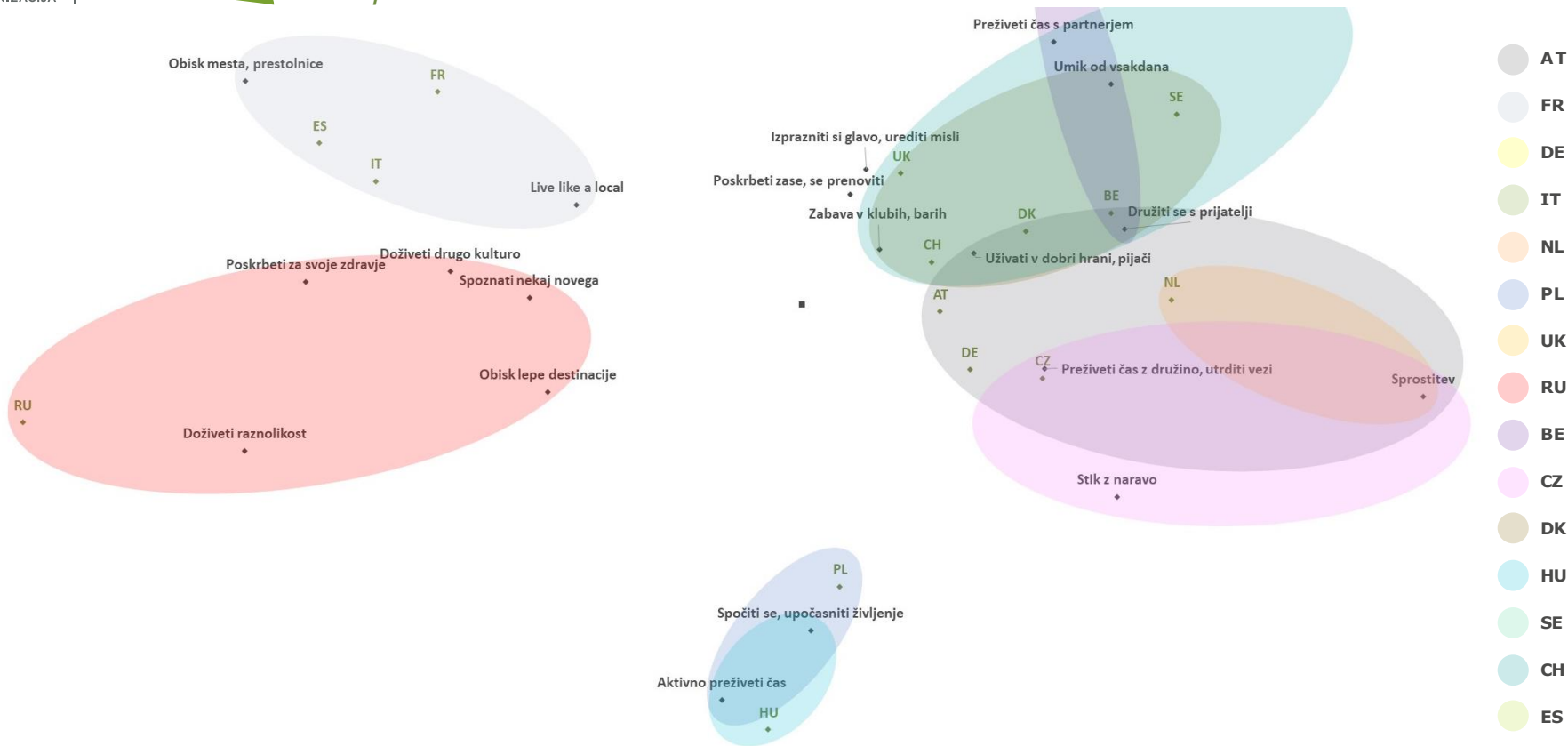
	n=	%	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU	BE	CZ	DK	HU	SE	CH	ES
Total	23204	100,0%	6,7%	6,4%	6,6%	6,6%	6,6%	6,7%	6,6%	6,8%	6,5%	7,4%	6,5%	6,7%	6,5%	6,5%	6,7%
Motivi	23204																
Aktivno preživeti čas	2667	11,5%	12,0%	7,8%	11,4%	11,5%	8,8%	20,9%	8,4%	14,5%	7,5%	15,9%	9,9%	17,5%	7,5%	9,8%	8,0%
Doživeti drugo kulturo	6524	28,1%	25,7%	34,4%	26,1%	33,9%	25,3%	33,6%	27,2%	38,4%	19,2%	21,3%	29,6%	24,0%	21,9%	23,6%	37,9%
Doživeti raznolikost	3165	13,6%	15,8%	12,9%	15,3%	16,7%	8,8%	16,9%	10,0%	26,1%	7,4%	12,5%	8,5%	13,9%	7,8%	13,5%	17,9%
Družiti se s prijatelji	2572	11,1%	12,3%	10,9%	11,0%	9,3%	10,2%	9,4%	13,3%	5,5%	12,8%	10,3%	12,0%	12,3%	15,2%	14,1%	7,9%
Izprazniti si glavo, urediti misli	3064	13,2%	13,9%	12,6%	14,9%	16,6%	12,1%	10,5%	9,8%	9,6%	15,4%	21,7%	8,7%	7,3%	13,0%	14,7%	16,2%
Obisk lepe destinacije	8022	34,6%	23,8%	41,1%	25,3%	31,0%	34,5%	30,0%	35,4%	53,2%	35,3%	36,7%	26,6%	48,7%	30,5%	29,3%	36,6%
Obisk mesta, prestolnice	5229	22,5%	20,4%	34,0%	16,2%	40,2%	21,0%	14,3%	20,7%	31,7%	22,1%	13,3%	19,0%	17,3%	15,9%	19,0%	34,0%
Poskrbeti za svoje zdravje	841	3,6%	3,0%	3,3%	3,7%	4,6%	1,8%	2,6%	4,3%	7,6%	3,4%	4,1%	2,5%	2,7%	2,6%	4,4%	3,8%
Poskrbeti zase, se prenoviti	2526	10,9%	13,1%	8,4%	14,9%	10,4%	7,3%	6,6%	10,1%	15,6%	10,6%	7,3%	10,9%	8,1%	18,5%	15,3%	6,7%
Preživeti čas s partnerjem	5327	23,0%	30,5%	22,9%	27,1%	20,2%	27,3%	19,5%	27,3%	14,7%	28,4%	26,0%	23,5%	3,3%	23,2%	26,5%	24,1%
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	4806	20,7%	25,0%	14,3%	19,0%	13,7%	18,7%	23,8%	22,4%	16,4%	20,0%	22,6%	25,5%	23,5%	23,8%	24,0%	17,7%
Spočiti se, upočasniti življenje	5704	24,6%	29,7%	13,5%	29,9%	24,2%	21,8%	33,7%	21,5%	26,5%	22,7%	29,1%	20,1%	38,3%	11,7%	25,4%	19,3%
Spoznati nekaj novega	8827	38,0%	40,3%	42,5%	33,0%	41,0%	32,5%	41,8%	31,2%	54,1%	32,2%	39,2%	28,8%	33,0%	35,7%	37,3%	47,3%
Sprostitev	7377	31,8%	34,6%	20,3%	34,8%	20,8%	54,4%	38,2%	30,2%	9,9%	40,9%	37,6%	33,5%	37,3%	40,2%	29,3%	14,8%
Stik z naravo	2978	12,8%	13,7%	9,1%	18,2%	9,3%	16,8%	15,2%	6,6%	9,0%	16,4%	17,7%	11,0%	15,7%	10,0%	13,8%	9,5%
Umik od vsakdana	6488	28,0%	25,5%	29,0%	24,5%	27,8%	30,5%	20,0%	33,4%	12,0%	34,1%	39,4%	31,4%	18,1%	37,4%	27,9%	27,8%
Uživati v dobri hrani, pijači	5797	25,0%	31,0%	20,2%	23,6%	17,7%	21,4%	25,6%	29,2%	27,2%	24,2%	18,9%	29,6%	20,9%	35,7%	33,2%	17,2%
Zabava v klubih, barih	933	4,0%	3,5%	3,3%	4,3%	4,0%	3,9%	4,4%	4,7%	3,6%	3,8%	2,1%	3,3%	4,2%	6,0%	5,4%	4,1%
Live like a local	1091	4,7%	4,4%	7,1%	4,0%	6,8%	3,1%	3,6%	6,5%	3,7%	3,8%	3,8%	4,6%	6,1%	4,2%	3,6%	5,4%

OPOMBE:

V tabeli je prikazano odstopanje elementov (motivi za potovanje) po posameznih trgih. Zelena barva označuje statistično bolj značilne elemente za posamezen trg, siva pa statistično manj značilne elemente za posamezen trg. Temnejši odtenki barv označujejo močnejšo (pozitivno/negativno) odstopanje elementa na trgu. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne elemente znotraj ene države.

Motiv za potovanje

Korespondenčna analiza



OPOMBE:

S korespondenčno analizo je na dvo-dimenzionalnem grafu prikazana povezava med elementi (motivi za potovanje) in trgi. Obarvani krogi združujejo elemente, ki so bolj značilni za posamezen trg. Analiza v primerjavi s tabelarnim prikazom dodatno skrči nabor elementov, saj so pri tem upoštevana razmerja med in primerjava z vsemi državami, ki so del te raziskave. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne trge po elementih.

Motiv za potovanje

Povzetek korespondenčne analize

AT		Družiti se s prijatelji; Preživeti čas z družino, utrditi vezi; Sprostitev; Uživati v dobri hrani, pijači	BE		Družiti se s prijatelji; Preživeti čas s partnerjem; Umik od vsakdana
FR		Obisk mesta, prestolnice; Live like a local	CZ		Preživeti čas z družino, utrditi vezi; Sprostitev; Stik z naravo
DE		Sprostitev; Stik z naravo	DK		Družiti se s prijatelji; Umik od vsakdana; Uživati v dobri hrani, pijači
IT		Doživeti drugo kulturo; Obisk mesta, prestolnice; Poskrbeti za svoje zdravje; Spoznati nekaj novega; Live like a local	HU		Aktivno preživeti čas; Spočiti se, upočasniti življenje
NL		Sprostitev	ES		Doživeti drugo kulturo; Obisk mesta, prestolnice; Spoznati nekaj novega; Live like a local
PL		Aktivno preživeti čas; Spočiti se, upočasniti življenje	SE		Družiti se s prijatelji; Poskrbeti zase, se prenoviti; Umik od vsakdana; Uživati v dobri hrani, pijači; Zabava v klubih, barih
UK		Preživeti čas s partnerjem; Umik od vsakdana; Zabava v klubih, barih	CH		Družiti se s prijatelji; Preživeti čas s partnerjem; Uživati v dobri hrani, pijači; Zabava v klubih, barih
RU		Doživeti drugo kulturo; Doživeti raznolikost; Obisk lepe destinacije; Poskrbeti za svoje zdravje; Spoznati nekaj novega			

Aktivnosti po trgih

Tabelarični pregled

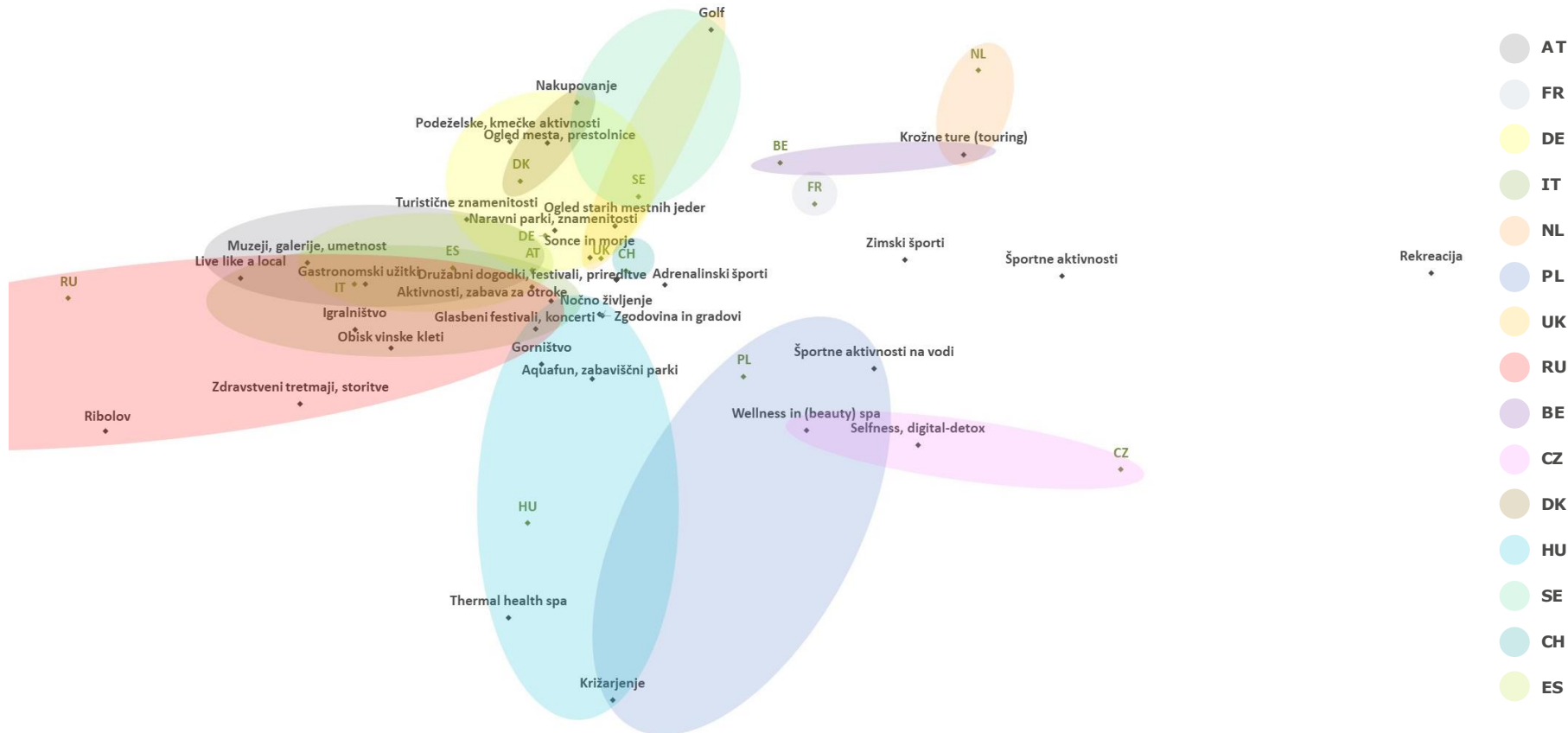
	n=	%	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU	BE	CZ	DK	HU	SE	CH	ES
Total	23204	100,0%	6,7%	6,4%	6,6%	6,6%	6,6%	6,7%	6,6%	6,8%	6,5%	7,4%	6,5%	6,7%	6,5%	6,5%	6,7%
Aktivnosti	23204																
Športne aktivnosti	6246	26,9%	31,9%	31,8%	30,6%	22,4%	33,0%	29,0%	19,7%	15,9%	33,0%	39,7%	15,1%	27,7%	18,9%	30,9%	22,5%
Športne aktivnosti na vodi	3693	15,9%	18,2%	16,3%	18,9%	11,9%	12,2%	29,9%	15,1%	8,4%	16,0%	16,7%	9,1%	19,7%	12,2%	18,6%	15,4%
Zimski športi	3286	14,2%	18,2%	14,1%	15,9%	13,7%	15,5%	16,4%	13,4%	10,4%	11,5%	19,7%	10,7%	10,6%	13,0%	17,2%	11,5%
Adrenalinski športi	1728	7,4%	5,4%	9,3%	6,3%	8,7%	4,9%	8,3%	9,9%	5,0%	6,8%	7,1%	7,8%	9,0%	8,0%	5,3%	10,0%
Gornišvo	1648	7,1%	8,9%	5,7%	9,7%	6,1%	6,7%	5,6%	7,5%	2,3%	3,2%	4,7%	6,2%	14,3%	5,5%	6,4%	13,8%
Rekreacija	8281	35,7%	24,8%	53,0%	26,0%	24,5%	48,8%	56,9%	40,2%	11,0%	37,8%	69,0%	26,1%	22,1%	31,0%	33,3%	28,1%
Naravnih parkov, znamenitosti	11892	51,2%	54,2%	49,6%	50,0%	60,2%	49,9%	47,8%	47,6%	64,5%	51,8%	51,4%	47,1%	45,6%	38,2%	54,4%	55,9%
Aktivnosti, zabava za otroke	3762	16,2%	18,2%	12,4%	17,4%	14,3%	10,9%	16,3%	20,4%	23,4%	13,0%	21,4%	16,2%	12,4%	14,2%	16,1%	15,7%
Aquafun, zabavišni parki	5376	23,2%	19,3%	19,7%	17,9%	14,6%	20,8%	27,7%	22,4%	37,0%	23,0%	27,7%	19,7%	34,8%	21,9%	20,6%	19,3%
Podeželske, kmečke aktivnosti	2186	9,4%	10,1%	11,9%	15,0%	13,9%	7,5%	10,8%	9,7%	4,3%	9,8%	3,2%	6,7%	7,9%	7,3%	9,1%	14,8%
Gastronomski užitki	7354	31,7%	35,1%	37,6%	36,8%	47,1%	18,6%	29,3%	22,2%	33,5%	30,5%	21,0%	27,6%	39,2%	18,6%	35,5%	43,8%
Obisk vinske kleti	3193	13,8%	10,7%	11,2%	11,7%	15,6%	8,9%	19,2%	15,7%	18,7%	11,2%	11,0%	13,5%	18,7%	13,8%	10,5%	16,0%
Sonce in morje	14009	60,4%	70,8%	49,0%	64,9%	53,1%	56,8%	58,2%	59,4%	80,6%	57,9%	64,7%	55,0%	61,5%	64,3%	64,7%	43,6%
Križarjenje	3869	16,7%	11,5%	9,5%	13,8%	20,7%	6,6%	27,4%	13,7%	20,4%	7,8%	28,9%	7,7%	35,9%	14,0%	12,6%	17,2%
Krožne ture (touring)	4404	19,0%	14,2%	17,5%	18,9%	19,5%	34,0%	15,9%	6,6%	10,3%	24,3%	19,7%	15,6%	25,4%	26,2%	14,0%	22,9%
Ribolov	976	4,2%	2,2%	2,4%	2,9%	3,5%	3,3%	6,3%	3,3%	11,4%	2,1%	3,8%	4,1%	6,9%	6,3%	1,7%	2,6%
Golf	371	1,6%	1,6%	1,5%	2,5%	1,6%	1,7%	0,9%	2,8%	0,4%	1,0%	1,0%	1,7%	1,0%	3,4%	1,4%	1,7%
Wellness in (beauty) spa	6079	26,2%	43,1%	23,6%	30,7%	31,7%	13,2%	19,7%	18,6%	9,4%	22,7%	39,2%	21,2%	39,1%	18,8%	37,2%	23,2%
Thermal health spa	4031	17,4%	21,1%	13,3%	14,7%	20,6%	5,3%	19,2%	11,8%	23,8%	13,1%	27,6%	8,5%	33,5%	7,9%	19,8%	18,4%
Zdravstveni tretmaji, storitve	2621	11,3%	10,5%	11,0%	9,8%	9,7%	4,4%	14,4%	13,1%	21,8%	7,6%	11,5%	6,3%	13,4%	11,5%	11,4%	12,5%
Seltness, digital-detox	1496	6,4%	2,2%	5,9%	5,5%	7,7%	3,9%	5,5%	10,0%	2,3%	4,5%	11,6%	8,4%	9,7%	5,7%	5,3%	7,9%
Zgodovina in gradovi	10315	44,5%	32,8%	39,6%	36,5%	51,3%	44,2%	51,2%	46,3%	57,6%	39,9%	53,0%	38,5%	49,7%	35,7%	32,6%	56,0%
Ogled starih mestnih jeder	13044	56,2%	57,1%	55,9%	50,9%	61,0%	60,7%	57,0%	56,5%	64,8%	56,0%	55,3%	49,8%	53,7%	48,3%	49,0%	66,8%
Ogled mesta, prestolnice	12661	54,6%	54,6%	64,3%	52,3%	64,3%	60,3%	53,2%	52,0%	59,4%	58,3%	34,2%	50,5%	47,6%	51,9%	55,4%	62,9%
Turistične znamenitosti	10453	45,0%	51,2%	41,5%	48,3%	45,5%	41,9%	46,0%	45,7%	66,2%	42,8%	39,9%	40,8%	36,7%	35,1%	45,7%	48,2%
Live like a local	6085	26,2%	40,5%	19,7%	36,8%	42,9%	13,7%	34,4%	23,1%	33,7%	15,5%	16,5%	22,1%	20,7%	19,4%	31,4%	23,6%
Muzeji, galerije, umetnost	7379	31,8%	24,1%	33,8%	26,4%	47,3%	23,6%	34,8%	32,5%	48,0%	26,4%	23,2%	25,8%	31,6%	28,9%	25,7%	45,4%
Družabni dogodki, festivali, prireditve	5468	23,6%	21,1%	22,6%	22,0%	28,8%	19,9%	23,7%	27,8%	22,9%	21,7%	19,4%	18,1%	30,1%	21,3%	24,1%	30,2%
Glasbeni festivali, koncerti	4214	18,2%	17,6%	17,2%	15,3%	18,8%	13,9%	22,1%	17,6%	19,2%	14,2%	15,9%	15,1%	24,4%	18,9%	19,5%	22,4%
Nakupovanje	8478	36,5%	40,0%	32,5%	40,5%	34,6%	42,5%	27,0%	37,4%	41,4%	40,4%	26,4%	38,2%	27,4%	44,2%	43,6%	33,5%
Nočno življenje	4050	17,5%	19,1%	16,1%	15,4%	21,2%	13,9%	17,3%	20,4%	14,7%	11,8%	18,2%	10,9%	19,8%	18,3%	20,2%	24,3%
Igrališvo	369	1,6%	1,5%	1,1%	1,4%	2,4%	0,8%	0,6%	1,7%	1,3%	1,0%	1,1%	2,0%	0,7%	1,8%	3,3%	1,4%
Drugo	270	1,2%	2,0%	0,1%	0,5%	0,4%	2,1%	0,1%	1,1%	0,3%	1,7%	1,0%	3,5%	0,4%	2,1%	1,7%	0,4%
Nobena od naštetih	126	0,5%	0,6%	0,2%	1,4%	0,3%	0,8%	0,2%	1,0%	0,2%	0,6%	0,1%	1,3%	0,2%	0,8%	0,4%	0,1%

OPOMBE:

V tabeli je prikazano odstopanje elementov (aktivnosti) po posameznih trgih. Zelena barva označuje statistično bolj značilne elemente za posamezen trg, siva pa statistično manj značilne elemente za posamezen trg. Temnejši odtenki barv označujejo močnejšo (pozitivno/negativno) odstopanje elementa na trgu. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne elemente znotraj ene države.

Aktivnosti po trgih

Korespondenčna analiza




OPOMBE:

S korespondenčno analizo je na dvo-dimenzionalnem grafu prikazana povezava med elementi (aktivnosti) in trgi. Obarvani krogi združujejo elemente, ki so bolj značilni za posamezen trg. Analiza v primerjavi s tabelarnim prikazom dodatno skrči nabor elementov, saj so pri tem upoštevana razmerja med in primerjava z vsemi državami, ki so del te raziskave. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne trge po elementih.

Aktivnosti po trgih

Povzetek korespondenčne analize

AT		Gastronomski užitki; Turistične znamenitosti; Live like a local	BE		Krožne ture (touring)
FR			CZ		Wellness in (beauty) spa; Selfness, digital-detox
DE		Podeželske, kmečke aktivnosti; Sonce in morje; Turistične znamenitosti; Nakupovanje	DK		Nakupovanje
IT		Gastronomski užitki; Obisk vinske kleti; Live like a local; Muzeji, galerije, umetnost; Družabni dogodki, festivali, prireditve; Igralništvo	HU		Gorništvo; Aquafun, zabavišni parki; Križarjenje; Thermal health spa; Zgodovina in gradovi; Glasbeni festivali, koncerti; Nočno življenje
NL		Krožne ture (touring)	ES		Gastronomski užitki; Turistične znamenitosti; Muzeji, galerije, umetnost; Družabni dogodki, festivali, prireditve
PL		Športne aktivnosti na vodi; Križarjenje	SE		Golf; Nakupovanje
UK		Golf	CH		
RU		Aktivnosti, zabava za otroke; Gastronomski užitki; Obisk vinske kleti; Ribolov; Live like a local; Muzeji, galerije, umetnost			

OPOMBE:

V tabeli so pri posamezni državi navedeni elementi (aktivnosti), ki so bolj značilni za posamezen trg. Če pri posamezni državi ni navedena nobena aktivnost, to pomeni, da za omenjeni trg nobena aktivnost ni bolj značilna.

Destinacije po trgih

Tabelarni pregled

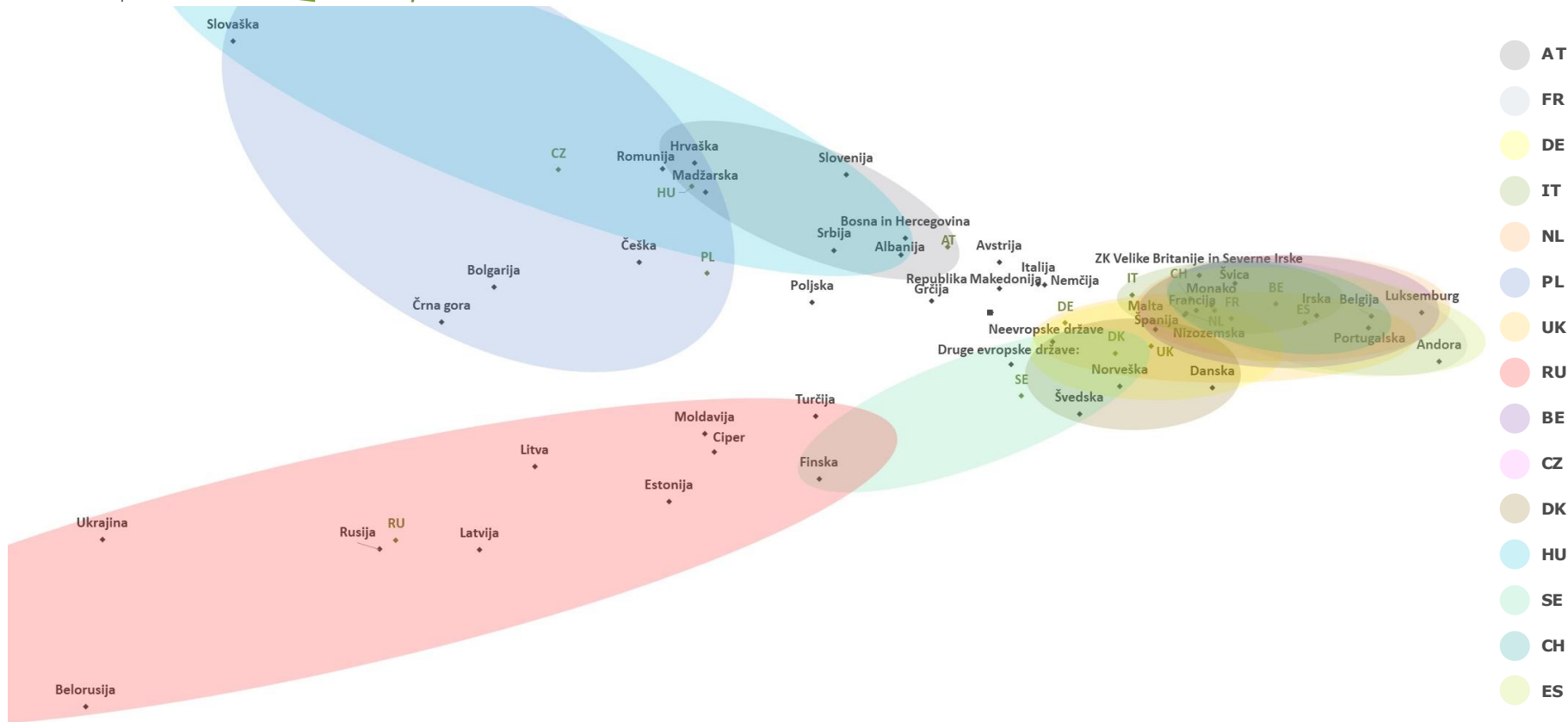
	№	%	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU	BE	CZ	DK	HU	SE	CH	ES
Total	23204	100,0%	6,7%	6,4%	6,6%	6,6%	6,6%	6,7%	6,6%	6,8%	6,5%	7,4%	6,5%	6,7%	6,5%	6,5%	6,7%
Destinacije	23204																
Slovenija	1269	5,5%	15,1%	2,5%	2,9%	8,0%	6,0%	3,6%	3,2%	1,8%	4,4%	8,7%	3,5%	13,0%	3,5%	3,4%	2,0%
Italija	9529	41,1%	60,3%	43,0%	42,6%	0,0%	50,3%	37,1%	40,7%	27,9%	45,2%	47,4%	39,6%	40,7%	41,7%	53,2%	45,1%
Hrvaška	5139	22,1%	47,7%	8,7%	18,4%	21,7%	16,1%	30,9%	9,7%	8,6%	14,0%	54,7%	14,3%	45,0%	17,6%	13,1%	7,1%
Avstrija	5854	25,2%	0,0%	12,2%	44,1%	29,1%	43,3%	17,4%	17,6%	12,6%	24,4%	38,1%	30,6%	40,0%	24,1%	32,9%	10,7%
Švica	3936	17,0%	17,8%	15,7%	21,8%	26,4%	25,7%	7,5%	15,8%	6,0%	20,7%	11,7%	11,1%	11,7%	11,8%	39,6%	12,3%
Madžarska	3387	14,6%	25,9%	6,4%	10,2%	10,4%	14,7%	21,9%	8,6%	9,2%	9,0%	27,7%	10,9%	35,9%	12,4%	7,6%	5,8%
Češka	4759	20,5%	20,5%	8,9%	17,1%	17,4%	21,1%	30,6%	13,2%	29,8%	10,8%	55,5%	20,0%	20,6%	17,3%	8,7%	11,4%
Nemčija	9054	39,0%	55,6%	23,4%	0,0%	39,8%	66,9%	35,1%	33,1%	26,3%	42,3%	40,0%	53,3%	41,3%	48,0%	52,3%	28,2%
Estonija	919	4,0%	2,6%	2,2%	2,7%	3,1%	3,1%	2,8%	3,4%	13,5%	1,3%	2,6%	3,7%	2,6%	12,0%	1,5%	2,5%
Slovaška	2379	10,3%	8,6%	2,5%	3,7%	4,4%	3,5%	21,3%	3,7%	4,0%	2,3%	57,9%	3,5%	25,2%	3,2%	1,9%	2,0%
Francija	9137	39,4%	31,5%	0,0%	39,0%	57,8%	63,6%	25,4%	50,9%	23,5%	67,8%	30,2%	39,9%	23,2%	37,6%	47,3%	53,9%
Irski	2300	9,9%	9,7%	13,0%	9,2%	15,3%	10,9%	5,4%	28,8%	1,0%	7,3%	4,0%	10,0%	4,9%	9,3%	7,6%	13,2%
Albanija	570	2,5%	1,3%	2,6%	1,7%	4,3%	1,3%	7,0%	2,1%	0,6%	1,3%	3,0%	2,6%	2,5%	3,3%	2,0%	1,1%
Andora	845	3,6%	0,5%	8,4%	1,1%	2,6%	2,6%	1,9%	3,9%	2,7%	3,4%	1,0%	2,6%	1,5%	2,5%	0,6%	19,8%
Belgija	4249	18,3%	7,8%	24,1%	11,2%	16,3%	56,4%	7,5%	24,7%	7,2%	49,1%	8,1%	14,2%	9,8%	12,9%	9,9%	17,6%
Belorusija	617	2,7%	0,3%	1,0%	1,8%	1,9%	1,0%	2,4%	1,8%	21,0%	1,1%	1,2%	1,5%	1,1%	1,8%	0,8%	0,9%
Bolgarija	2413	10,4%	5,2%	3,7%	9,6%	3,7%	6,1%	19,7%	7,7%	19,7%	5,4%	27,1%	10,0%	16,1%	13,0%	3,2%	3,1%
Bosna in Hercegovina	653	2,8%	4,8%	0,9%	1,6%	3,6%	3,2%	5,2%	2,2%	0,8%	1,8%	3,4%	2,7%	4,0%	4,2%	2,7%	1,2%
Ciper	2320	10,0%	7,1%	3,5%	6,4%	3,7%	5,8%	10,0%	19,9%	27,7%	5,3%	6,8%	11,5%	9,4%	23,3%	8,3%	1,4%
Črna gora	1057	4,6%	2,7%	2,2%	1,9%	3,9%	2,5%	8,6%	2,5%	12,0%	2,4%	9,3%	2,2%	8,6%	4,7%	2,2%	1,7%
Danska	3507	15,1%	7,3%	8,6%	19,3%	11,1%	21,9%	7,6%	10,2%	3,6%	8,9%	5,4%	49,9%	6,1%	52,8%	8,4%	7,9%
Finska	1868	8,1%	4,6%	5,7%	6,3%	7,4%	7,3%	4,9%	6,3%	21,1%	2,9%	2,8%	8,0%	6,2%	28,7%	4,0%	5,1%
Grčija	7693	33,2%	39,0%	23,8%	28,7%	36,2%	40,5%	37,3%	34,9%	30,8%	29,0%	38,3%	36,1%	36,8%	48,7%	22,7%	13,9%
Latvija	705	3,0%	1,4%	0,9%	2,4%	1,9%	2,9%	2,6%	2,9%	14,5%	1,4%	2,3%	2,6%	1,7%	5,4%	1,3%	1,3%
Litva	716	3,1%	1,0%	1,2%	2,0%	1,7%	2,1%	9,2%	2,5%	10,2%	1,5%	2,3%	2,2%	1,3%	6,4%	0,5%	2,0%
Luksemburg	1523	6,6%	2,2%	7,9%	6,1%	5,6%	28,1%	2,5%	4,8%	2,0%	19,8%	2,4%	5,8%	2,4%	3,4%	2,6%	3,6%
Malta	1728	7,4%	6,5%	6,1%	6,8%	12,6%	7,9%	5,8%	16,0%	3,0%	7,9%	3,7%	8,9%	6,3%	8,8%	6,3%	5,7%
Moldavija	254	1,1%	0,2%	1,0%	0,6%	1,9%	1,0%	1,8%	1,5%	3,3%	0,6%	0,8%	0,7%	0,9%	1,3%	0,2%	0,7%
Monako	989	4,3%	3,4%	7,9%	3,3%	10,4%	3,6%	2,7%	5,1%	2,4%	4,1%	2,8%	3,5%	2,6%	3,1%	4,8%	4,6%
Nizozemska	4352	18,8%	17,5%	17,0%	25,0%	20,7%	0,0%	14,7%	26,1%	8,9%	47,0%	11,3%	24,4%	13,8%	22,7%	18,4%	15,3%
Norveška	2604	11,2%	6,5%	5,5%	10,2%	8,1%	15,1%	8,7%	7,9%	6,5%	4,9%	6,6%	33,8%	4,4%	36,3%	7,0%	8,1%
Poljska	2599	11,2%	6,5%	5,4%	11,3%	8,0%	12,5%	0,0%	11,9%	14,3%	6,7%	23,6%	15,6%	18,2%	20,5%	4,4%	7,4%
Portugalska	4279	18,4%	12,2%	28,9%	14,8%	18,6%	29,1%	11,7%	29,7%	5,2%	19,5%	6,1%	17,2%	6,1%	17,9%	21,5%	40,1%
Republika Makedonija	306	1,3%	1,1%	0,9%	0,8%	1,8%	2,4%	1,9%	1,4%	0,8%	0,9%	1,3%	1,4%	1,5%	1,8%	1,1%	0,7%
Romunija	1385	6,0%	4,2%	3,5%	3,2%	6,7%	3,7%	6,2%	3,6%	4,1%	3,4%	7,6%	3,8%	28,2%	4,5%	1,9%	4,3%
Rusija	1948	8,4%	3,9%	5,0%	5,5%	8,6%	5,6%	6,3%	5,4%	45,5%	3,7%	8,2%	3,9%	5,9%	7,5%	4,0%	5,9%
Srbija	630	2,7%	3,4%	1,6%	2,0%	2,7%	3,0%	2,6%	1,9%	2,2%	1,3%	2,6%	1,1%	7,4%	4,4%	3,1%	1,3%
Španija	10634	45,8%	41,4%	45,1%	47,9%	52,2%	61,1%	33,3%	66,5%	32,2%	55,4%	31,8%	48,9%	25,4%	60,7%	46,6%	41,5%
Švedska	3318	14,3%	9,7%	6,2%	14,1%	10,1%	17,0%	9,9%	8,9%	11,9%	5,2%	5,5%	39,7%	6,1%	55,7%	9,2%	7,0%
Turčija	5256	22,7%	26,3%	11,8%	27,9%	9,5%	30,6%	19,4%	24,1%	57,0%	23,9%	17,7%	25,1%	12,6%	30,1%	15,4%	8,4%
Ukrajina	1068	4,6%	1,4%	1,5%	2,3%	2,0%	1,8%	10,7%	1,9%	27,1%	1,3%	5,6%	2,6%	1,7%	2,8%	1,0%	1,5%
Združeno kraljestvo Velike Britanije in Severne Irske	6070	26,2%	27,1%	31,7%	23,4%	39,7%	45,6%	20,4%	0,0%	5,5%	32,3%	20,6%	34,7%	24,2%	30,3%	23,7%	34,6%
Druge evropske države	826	3,6%	4,9%	4,0%	1,8%	1,7%	2,9%	2,0%	3,6%	5,4%	4,5%	2,8%	5,8%	2,2%	4,8%	4,0%	3,0%
Neevropske države	6132	26,4%	34,8%	24,9%	28,3%	18,7%	34,1%	17,7%	28,0%	30,8%	27,8%	24,1%	25,4%	11,0%	35,8%	35,0%	20,7%

OPOMBE:

V tabeli je prikazano odstopanje elementov (destinacije) po posameznih trgih. Zelena barva označuje statistično bolj značilne elemente za posamezen trg, siva pa statistično manj značilne elemente za posamezen trg. Temnejši odtenki barv označujejo močnejšo (pozitivno/negativno) odstopanje elementa na trgu. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne elemente znotraj ene države.

Destinacije po trgih

Korespondenčna analiza



OPOMBE:

S korespondenčno analizo je na dvo-dimenzionalnem grafu prikazana povezava med elementi (destinacije) in trgi. Obarvani krogi združujejo elemente, ki so bolj značilni za posamezen trg. Analiza v primerjavi s tabelarnim prikazom dodatno skrči nabor elementov, saj so pri tem upoštevana razmerja med in primerjava z vsemi državami, ki so del te raziskave. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne trge po elementih.

Tip destinacije

Korespondenčna analiza

Podvzorec: tisti, ki bi jih zanimal obisk Slovenije

	n=	%	AT	FR	DE	IT	NL	PL	UK	RU	BE	CZ	DK	HU	SE	CH	ES
Total	23204	100,0%	6,7%	6,4%	6,6%	6,6%	6,6%	6,7%	6,6%	6,8%	6,5%	7,4%	6,5%	6,7%	6,5%	6,5%	6,7%
Za kakšne vrste destinacijo bi se v Sloveniji odločili?	7256																
Destinacije ob morju	2714	37,4%	50,3%	35,4%	38,0%	34,8%	26,4%	40,1%	35,5%	39,9%	30,5%	35,9%	36,0%	43,9%	43,7%	47,6%	22,4%
Destinacije v gorah	2544	35,1%	24,5%	30,0%	37,6%	32,7%	36,3%	42,9%	43,0%	33,1%	28,4%	48,4%	32,5%	42,5%	34,2%	22,8%	29,5%
Destinacije ob jezeru	2056	28,3%	20,7%	33,2%	25,6%	17,9%	32,3%	28,1%	40,7%	36,4%	31,2%	38,6%	23,9%	33,7%	25,2%	22,8%	23,0%
Destinacije drugje v naravi	1775	24,5%	21,2%	22,4%	20,5%	34,7%	32,4%	38,0%	26,6%	11,8%	25,0%	24,2%	17,1%	30,9%	19,1%	23,4%	17,3%
Podeželje	1064	14,7%	13,0%	18,6%	22,7%	12,4%	14,8%	17,3%	23,2%	26,6%	12,6%	15,5%	10,8%	16,6%	15,3%	12,7%	10,1%
Mesta	1521	21,0%	22,2%	24,3%	19,2%	19,7%	19,1%	17,3%	24,7%	32,8%	18,2%	7,4%	23,1%	15,6%	27,9%	25,3%	31,8%
Prestolnica	1396	19,2%	20,7%	22,6%	18,0%	19,7%	22,9%	15,4%	16,6%	21,8%	17,4%	8,7%	23,1%	12,1%	26,5%	22,9%	28,5%
Kulturno-zgodovinska središča	1273	17,5%	13,2%	15,1%	10,9%	19,4%	19,6%	12,5%	11,6%	21,7%	20,2%	17,2%	18,7%	13,5%	18,0%	16,7%	26,8%
Terme (Wellness in Spa)	871	12,0%	33,0%	10,1%	6,2%	16,9%	4,8%	11,0%	6,8%	22,2%	7,0%	14,8%	8,9%	11,2%	8,2%	10,9%	8,4%
Zdravilišča	278	3,8%	3,9%	2,3%	3,1%	6,1%	2,8%	3,2%	2,7%	11,5%	3,3%	3,2%	4,1%	4,8%	5,7%	2,7%	2,4%
Ne vem, nisem še o tem razmišljal/-a	217	3,0%	1,6%	0,4%	3,0%	0,5%	4,9%	1,4%	1,2%	0,0%	7,0%	2,4%	4,7%	1,3%	3,5%	5,7%	3,8%

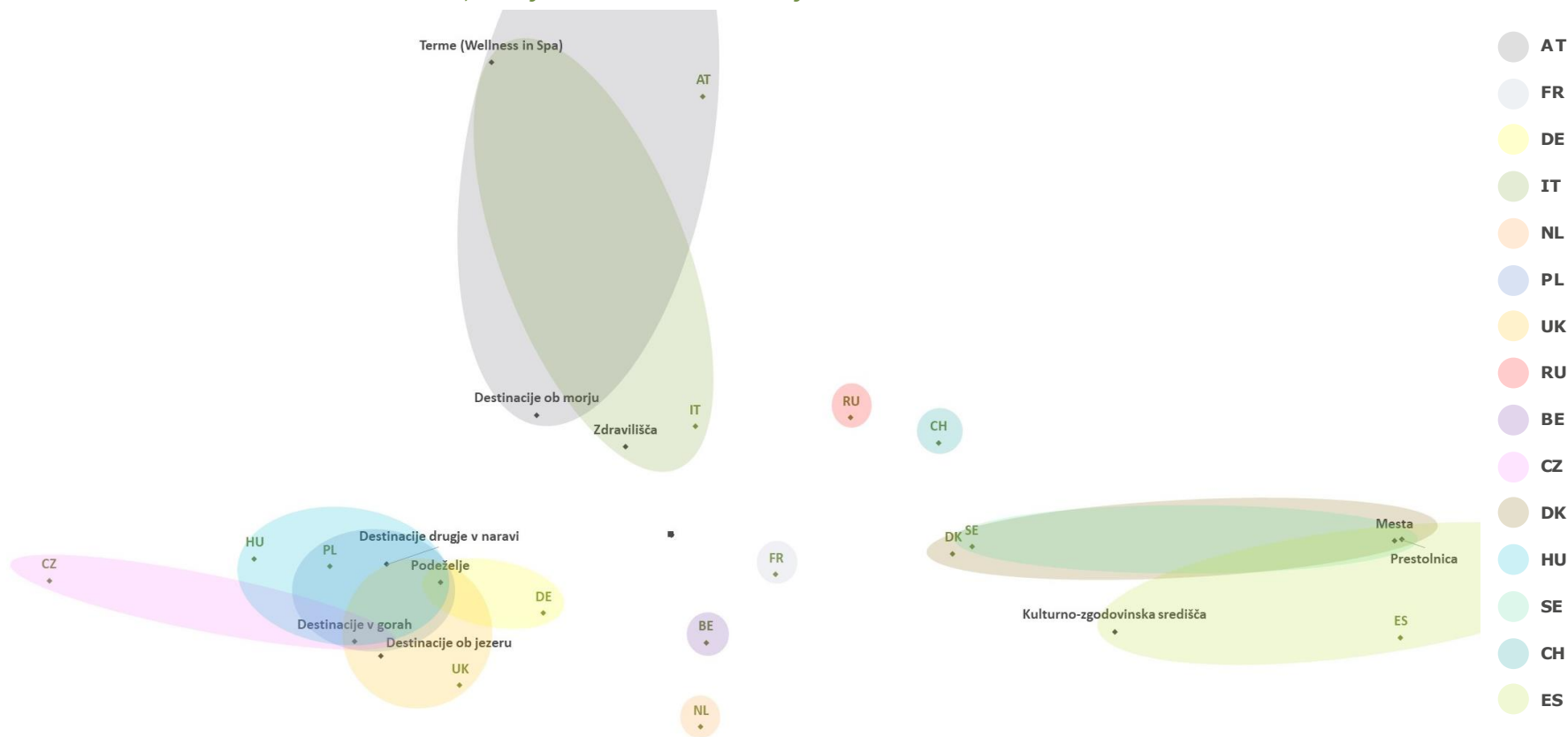
OPOMBE:

V tabeli je prikazano odstopanje elementov (tipi destinacij na podvzorcju tistih, ki bi jih obisk Slovenije zanimal) po posameznih trgih. Zelena barva označuje statistično bolj značilne elemente za posamezen trg, siva pa statistično manj značilne elemente za posamezen trg. Temnejši odtenki barv označujejo močnejšo (pozitivno/negativno) odstopanje elementa na trgu. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne elemente znotraj ene države.

Zanimanje za tip destinacije v Sloveniji

Korespondenčna analiza

Podvzorec: tisti, ki bi jih zanimal obisk Slovenije










OPOMBE:

S korespondenčno analizo je na dvo-dimenzionalnem grafu prikazana povezava med elementi (tipi destinacij na podvzorcju tistih, ki bi jih obisk Slovenije zanimal) in trgi. Obarvani krogi združujejo elemente, ki so bolj značilni za posamezen trg. Analiza v primerjavi s tabelarnim prikazom dodatno skrči nabor elementov, saj so pri tem upoštevana razmerja med in primerjava z vsemi državami, ki so del te raziskave. Analiza lahko služi kot orientacija pri fokusiranju na posamezne trge po elementih.

Destinacije in zanimanje za tipe destinacij v Sloveniji

Povzetek korespondenčne analize

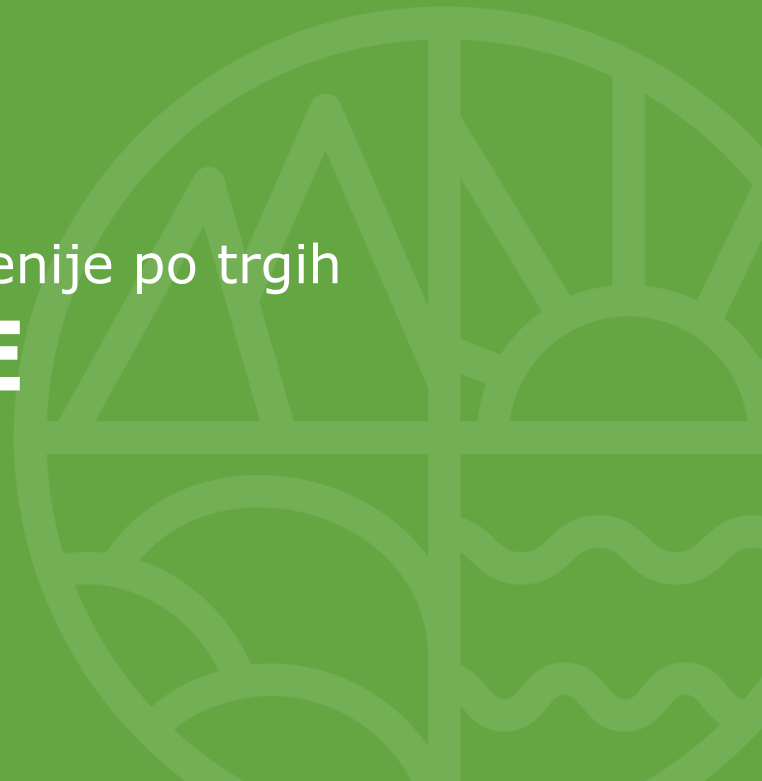
Destinacije		Tipi destinacij	Destinacija		Tipi destinacij		
AT		Slovenija; Hrvaška; Madžarska; Bosna in Hercegovina; Srbija	Destinacije ob morju; Terme (Wellness in Spa)	BE		Švica; Francija; Belgija; Luksemburg; Nizozemska; Portugalska; Španija; ZK Velike Britanije in Severne Irske	
FR		Irska; Andora; Belgija; Luksemburg; Monako; Portugalska; ZK Velike Britanije in Severne Irske		CZ		Slovenija; Hrvaška; Madžarska; Češka; Slovaška; Albanija; Bosna in Hercegovina; Romunija	Destinacije v gorah
DE		Danska; Nizozemska; Španija; Neevropske države	Podeželje	DK		Danska; Norveška; Španija; Švedska	Mesta; Prestolnica
IT		Švica; Francija; Irska; Malta; Monako; Nizozemska; ZK Velike Britanije in Severne Irske	Terme (Wellness in Spa); Zdravilišča	HU		Slovenija; Hrvaška; Madžarska; Slovaška; Bosna in Hercegovina; Romunija; Srbija	Destinacije v gorah; Destinacije drugje v naravi; Podeželje
NL		Švica; Francija; Irska; Belgija; Luksemburg; Portugalska; Španija; ZK Velike Britanije in Severne Irske		ES		Finska; Norveška; Švedska; Druge evropske države; Neevropske države	Mesta; Prestolnica; Kulturno-zgodovinska središča
PL		Hrvaška; Madžarska; Češka; Slovaška; Bolgarija; Črna gora	Destinacije v gorah; Destinacije drugje v naravi; Podeželje	SE		Švica; Francija; Monako; Portugalska	Mesta; Prestolnica
UK		Francija; Irska; Belgija; Malta; Nizozemska; Portugalska; Španija; Neevropske države	Destinacije v gorah; Destinacije ob jezeru; Podeželje	CH		Francija; Irska; Andora; Portugalska; ZK Velike Britanije in Severne Irske	
RU		Estonija; Belorusija; Ciper; Finska; Latvija; Litva; Moldavija; Rusija; Turčija; Ukrajina					

OPOMBE:

V tabeli so pri posamezni državi navedene destinacije ter tipi destinacij, ki so bolj značilni za posamezen trg. Če pri posamezni državi ni navedena nobena destinacija, ali pa tip destinacije, to pomeni, da za omenjeni trg nobena destinacija ali tip destinacije nista bolj značilna.

Primerjava izstopajočih elementov Slovenije po trgih

PODOBA SLOVENIJE



Elementi podobe destinacije Slovenija

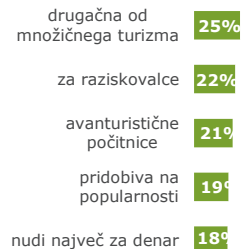
Prikazanih je 5 najpogosteje navedenih elementov za Slovenijo



AVSTRIJA:



FRANCIJA:



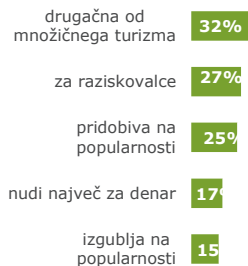
NEMČIJA:



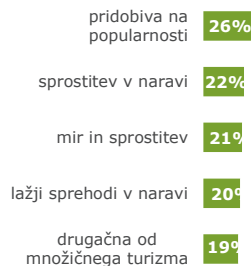
ITALIJA:



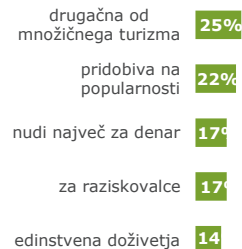
NIZOZEMSKA:



POLJSKA:



VELIKA BRITANIJA:



RUSIJA:



Elementi podobe destinacije Slovenija

Prikazanih je 5 najpogosteje navedenih elementov za Slovenijo



BELGIJA:

drugačna od množičnega turizma	28%
za raziskovalce	24%
pridobiva na popularnosti	21%
avanturistične počitnice	16%
nudi največ za denar	4%



ČEŠKA:

pridobiva na popularnosti	28%
avanturistične počitnice	25%
sprostitev v naravi	23%
drugačna od množičnega turizma	23%
lažji sprehodi v naravi	21%



DANSKA:

nudi največ za denar	22%
drugačna od množičnega turizma	20%
izgublja na popularnosti	20%
za raziskovalce	12%
avanturistične počitnice	10%



MADŽARSKA:

nudi največ za denar	28%
pridobiva na popularnosti	27%
sprostitev v naravi	23%
lažji sprehodi v naravi	22%
izgublja na popularnosti	20%



ŠPANIJA:

drugačna od množičnega turizma	26%
za raziskovalce	23%
pridobiva na popularnosti	21%
nudi največ za denar	17%
avanturistične počitnice	16%



ŠVEDSKA:

drugačna od množičnega turizma	24%
nudi največ za denar	22%
izgublja na popularnosti	18%
za raziskovalce	17%
pridobiva na popularnosti	17%



ŠVICA:

drugačna od množičnega turizma	21%
za raziskovalce	20%
pridobiva na popularnosti	18%
avanturistične počitnice	14%
izgublja na popularnosti	12%

Elementi, ki za destinacijo Slovenija bolj veljajo

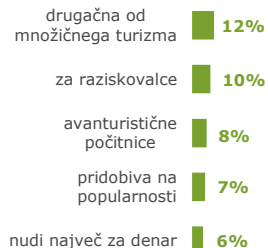
Prikazanih je 5 najbolj pozitivno statistično značilnih elementov v primerjavi z ostalimi destinacijami*



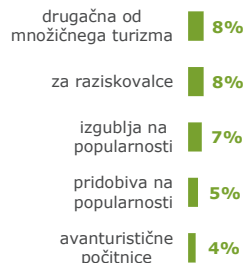
AVSTRIJA:



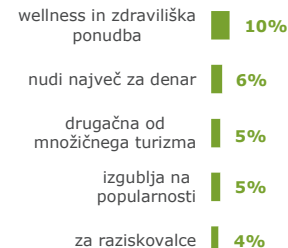
FRANCIJA:



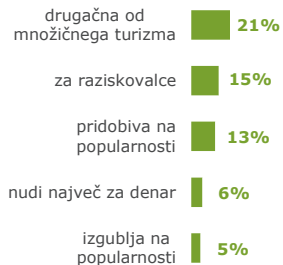
NEMČIJA:



ITALIJA:



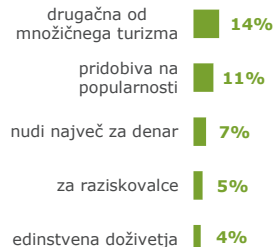
NIZOZEMSKA:



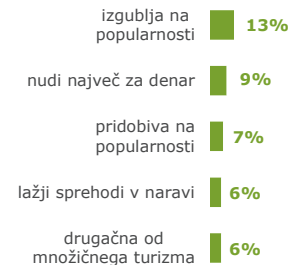
POLJSKA:



VELIKA BRITANIJA:



RUSIJA:



OPOMBE:

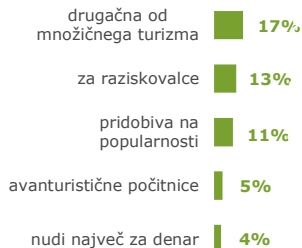
Prikazana so pozitivna odstopanja od teoretske vrednosti za top 5 elementov. Pozitivno odstopanje pomeni, da je element bolj značilen za Slovenijo glede na ostale destinacije. / *Anketiranci so vsak element kot značilnost turistične destinacije poleg Slovenije lahko pripisali trem izmed naslednjih destinacij: Italija, Nemčija, Hrvaška, Francija, Madžarska, Češka, Švica, Irska, Slovaška, Estonija.

Elementi, ki za destinacijo Slovenija bolj veljajo

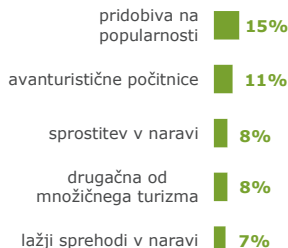
Prikazanih je 5 najbolj pozitivno statistično značilnih elementov v primerjavi z ostalimi destinacijami*



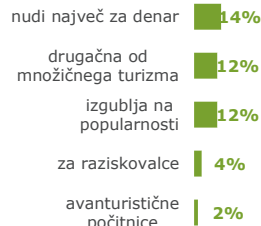
BELGIJA:



ČEŠKA:



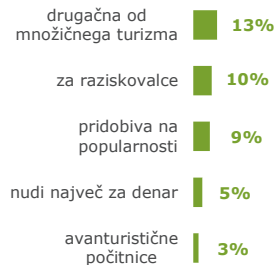
DANSKA:



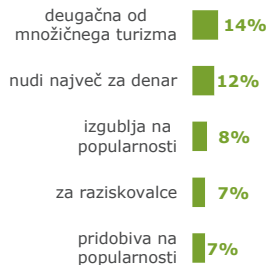
MADŽARSKA:



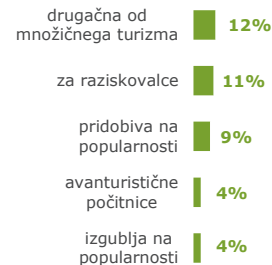
ŠPANIJA:



ŠVEDSKA:



ŠVICA:



OPOMBE:

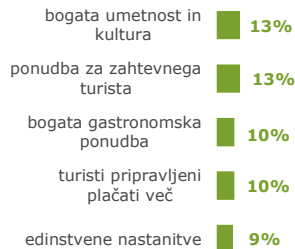
Prikazana so pozitivna odstopanja od teoretske vrednosti za top 5 elementov. Pozitivno odstopanje pomeni, da je element bolj značilen za Slovenijo glede na ostale destinacije. / *Anketiranci so vsak element kot značilnost turistične destinacije poleg Slovenije lahko pripisali trem izmed naslednjih destinacij: Italija, Nemčija, Hrvaška, Francija, Madžarska, Češka, Švica, Irska, Slovaška, Estonija.

Elementi, ki za destinacijo Slovenija manj veljajo

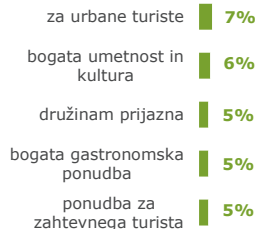
Prikazanih je 5 najbolj negativno statistično značilnih elementov v primerjavi z ostalimi destinacijami*



AVSTRIJA:



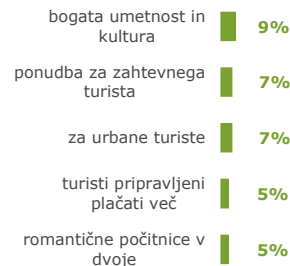
FRANCIJA:



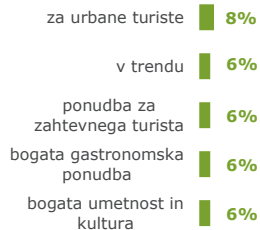
NEMČIJA:



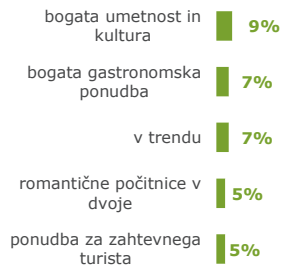
ITALIJA:



NIZOZEMSKA:



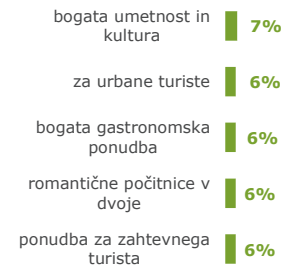
POLJSKA:



VELIKA BRITANIJA:



RUSIJA:



OPOMBE:

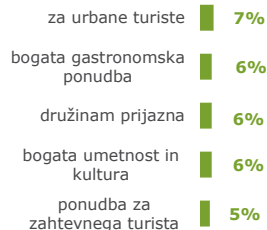
Prikazana so pozitivna odstopanja od teoretske vrednosti za top 5 elementov. Pozitivno odstopanje pomeni, da je element bolj značilen za Slovenijo glede na ostale destinacije. / *Anketiranci so vsak element kot značilnost turistične destinacije poleg Slovenije lahko pripisali trem izmed naslednjih destinacij: Italija, Nemčija, Hrvaška, Francija, Madžarska, Češka, Švica, Irska, Slovaška, Estonija.

Elementi, ki za destinacijo Slovenija manj veljajo

Prikazanih je 5 najbolj negativno statistično značilnih elementov v primerjavi z ostalimi destinacijami*



BELGIJA:



ČEŠKA:



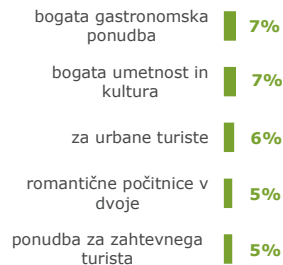
DANSKA:



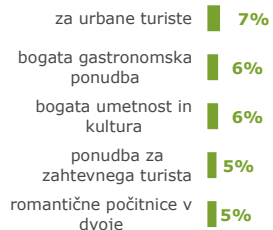
MADŽARSKA:



ŠPANIJA:



ŠVEDSKA:



ŠVICA:



OPOMBE:

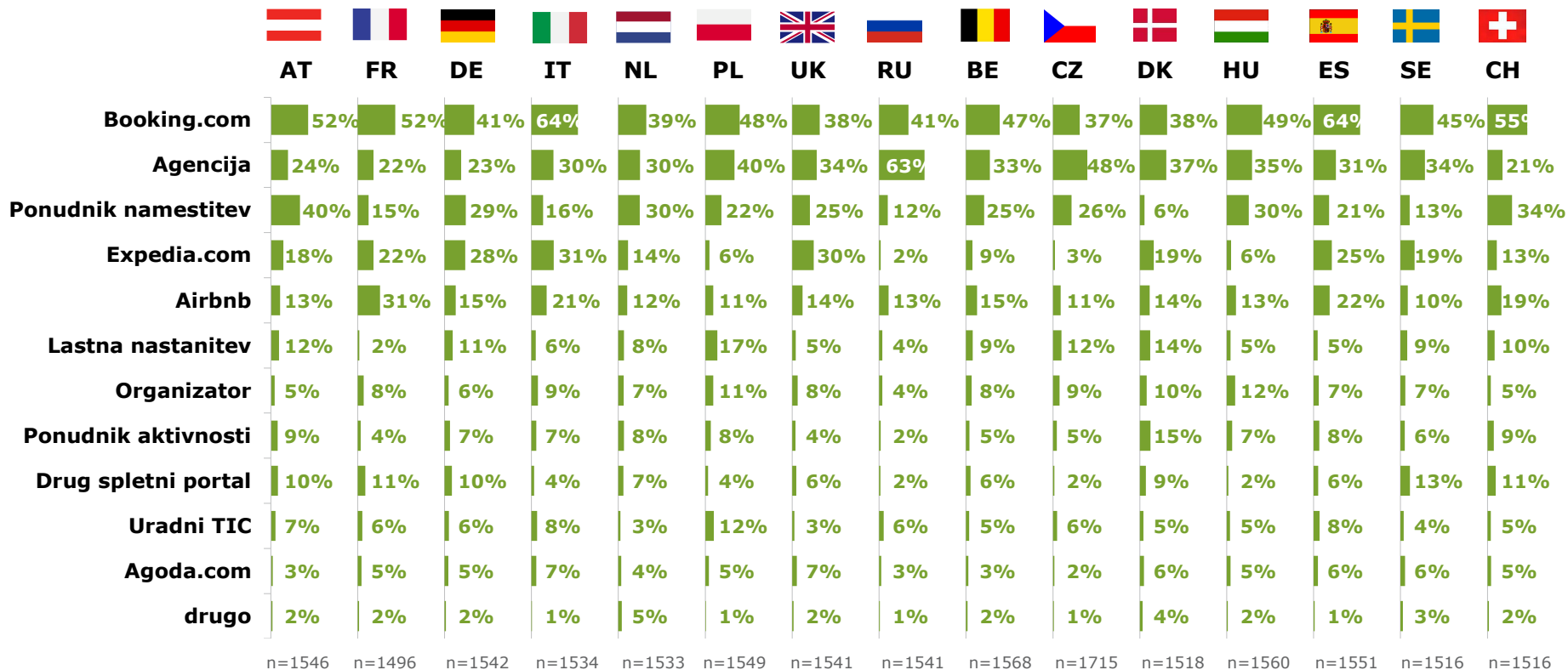
Prikazana so pozitivna odstopanja od teoretske vrednosti za top 5 elementov. Pozitivno odstopanje pomeni, da je element bolj značilen za Slovenijo glede na ostale destinacije. / *Anketiranci so vsak element kot značilnost turistične destinacije poleg Slovenije lahko pripisali trem izmed naslednjih destinacij: Italija, Nemčija, Hrvaška, Francija, Madžarska, Češka, Švica, Irska, Slovaška, Estonija.

Značilnosti vseh turistov po trgih

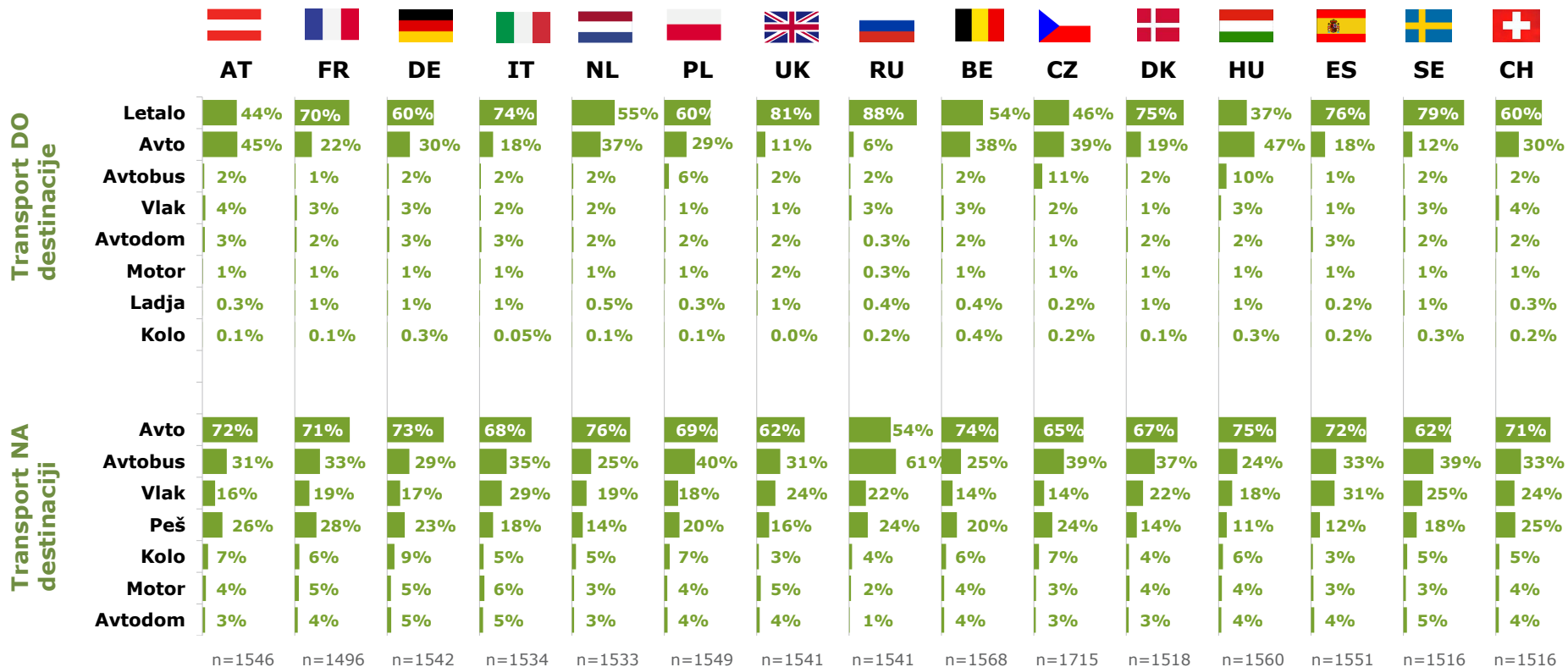
NAKUPNA POT IN STROŠKOVNI VIDIK TURISTIČNIH POTOVANJ



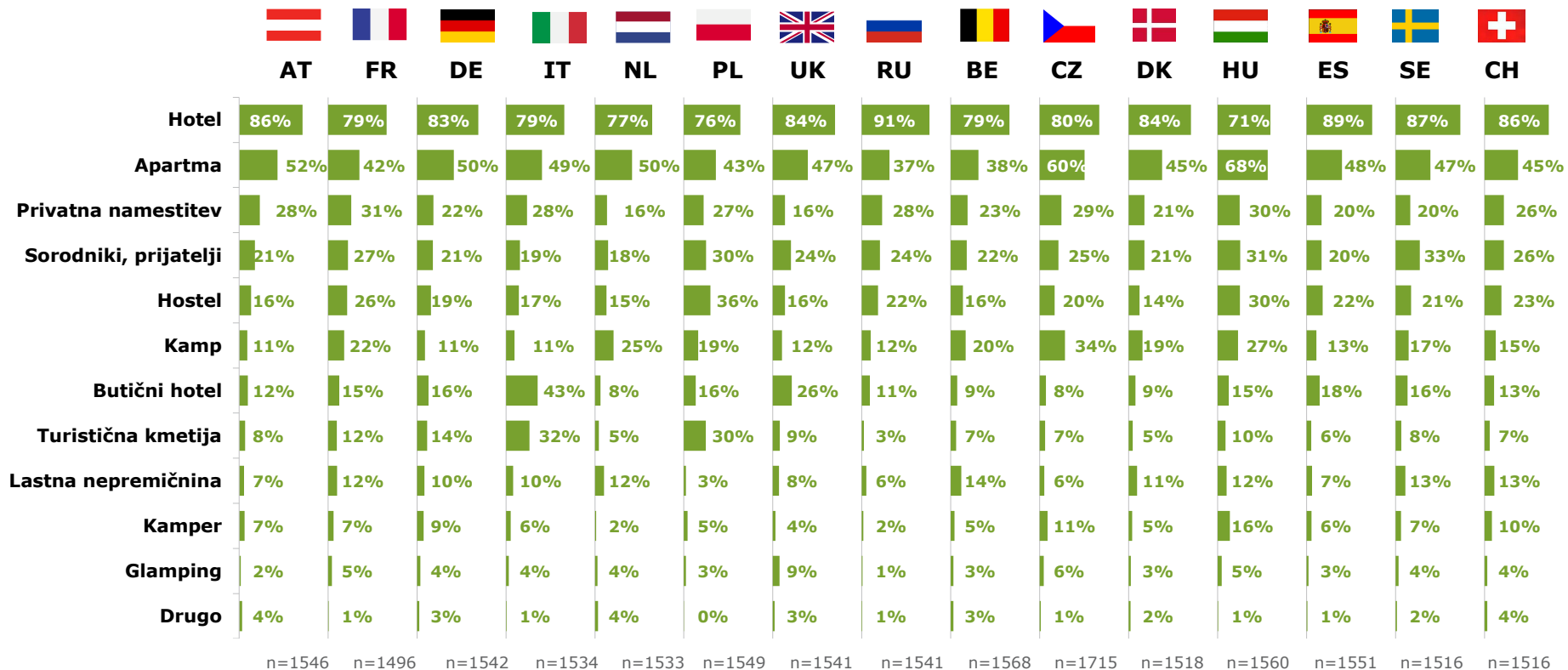
Način rezervacije



Transport do in na destinaciji



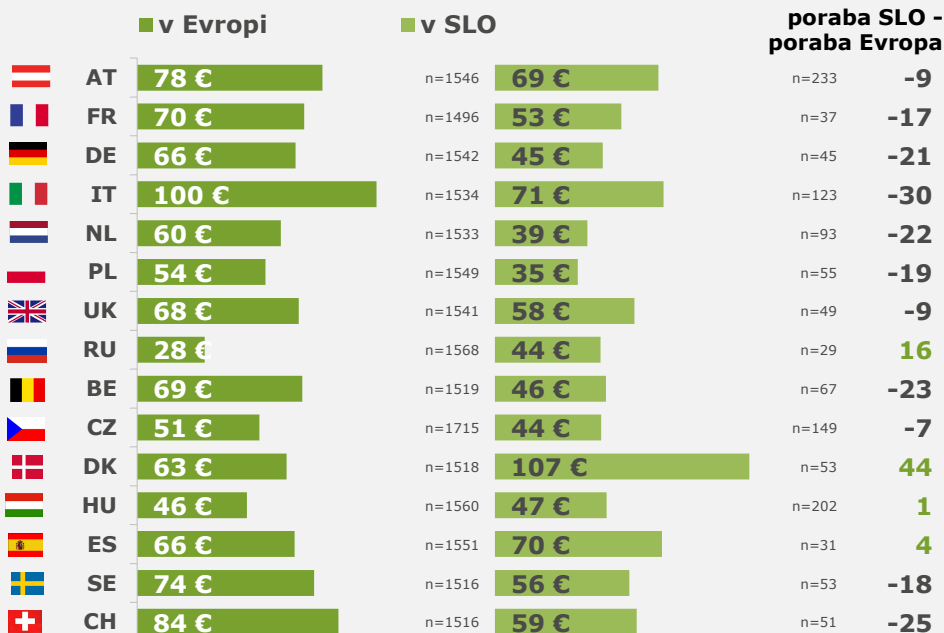
Vrsta namestitve



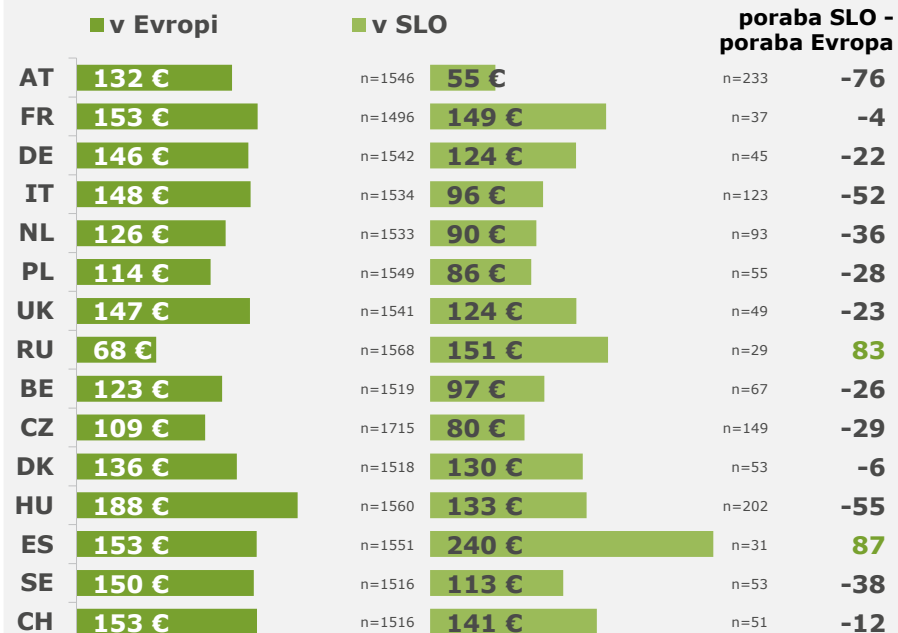
OPOMBE: V grafu so prikazane vrste namestitev, ki jih ciljna skupina običajno išče za svoj oddih, počitnice ali potovanje.

Stroški namestitve in prevoza

Stroški namestitve, hrane idr. na osebo/dan



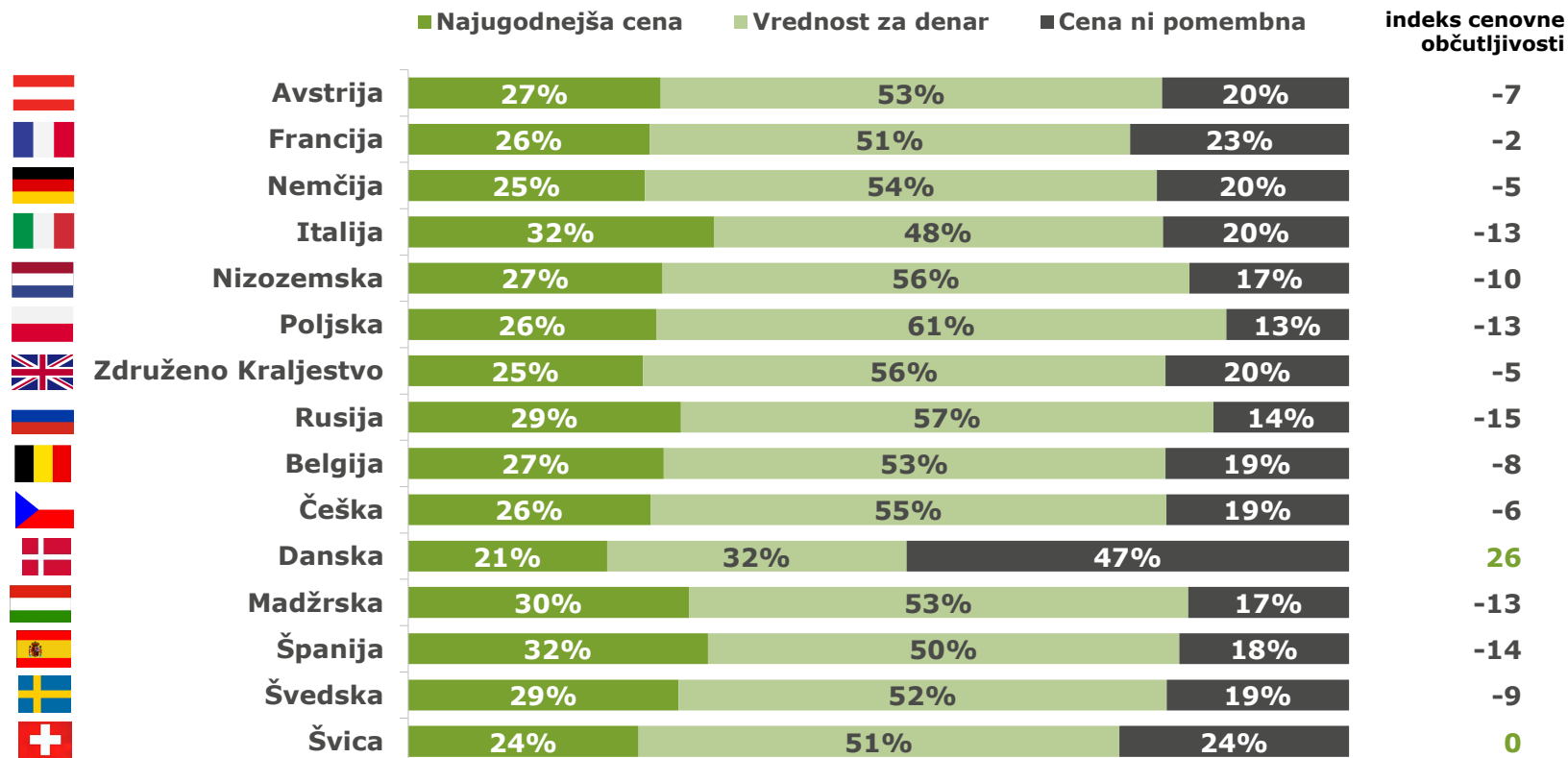
Stroški prevoza na osebo/dan



OPOMBE:

V grafu so prikazani dejanski stroški (poraba) za namestitev, hrano ipd. ter dejanski stroški prevoza. Vrednost „v Evropi“ se nanaša na porabo ciljne skupine, ki velja pri potovanjih po Evropi. Vrednost „v SLO“ se nanaša na porabo turistov Slovenije (poraba v Sloveniji). Primerjava obeh vrednosti prikaže razlike v porabi med potovanjem po Sloveniji in na evropskih destinacijah na splošno.

Cenovna občutljivost

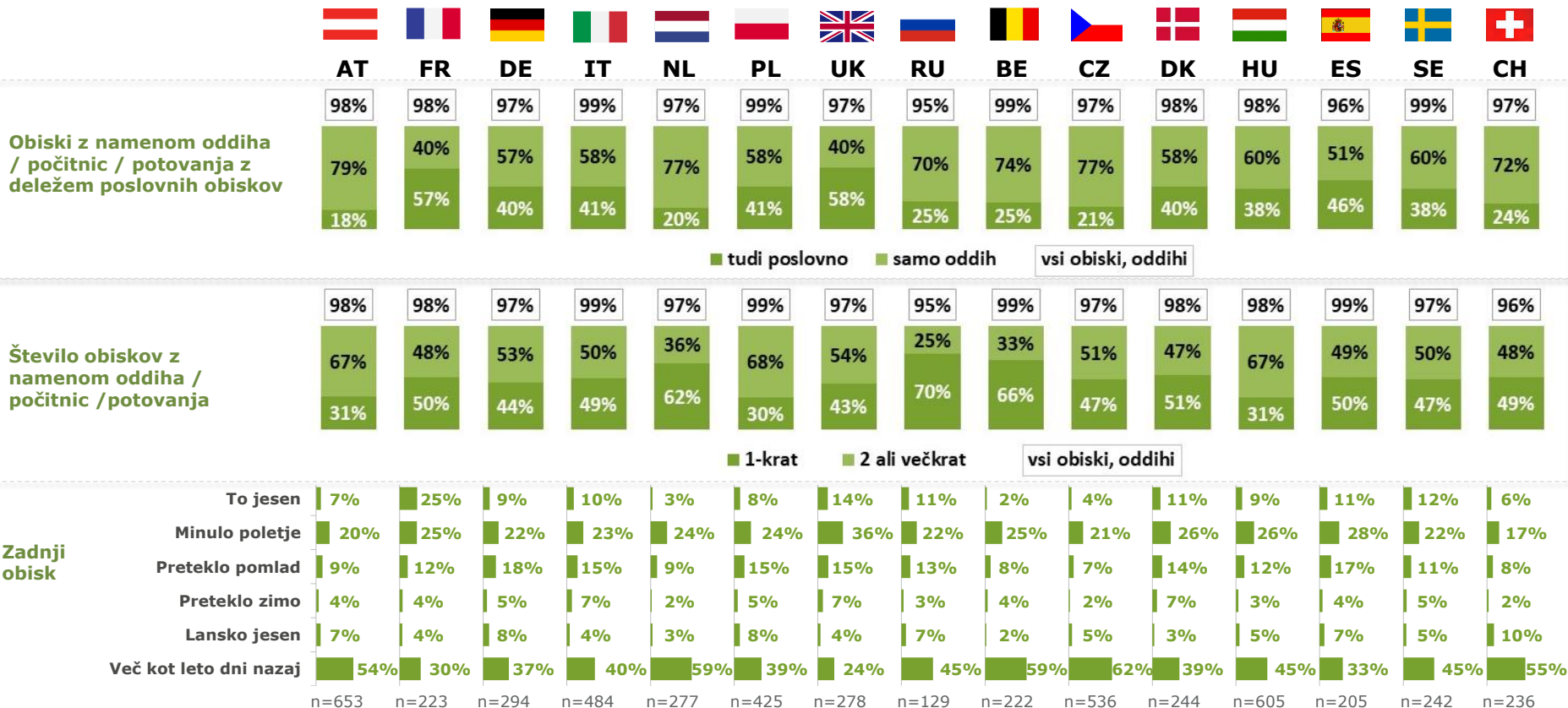


OPOMBE:

CENOVNA OBČUTLJIVOST predstavlja splošno stopnjo pozornosti na ceno (združuje pozornost na ceno pri izbiri namestitve, destinacije, prevoza, dodatnih aktivnosti, hrane in nakupovanju). INDEKS CENOVNE OBČUTLJIVOSTI: negativne vrednosti izražajo večjo cenovno občutljivost (iskanje najugodnejše cene), medtem ko pozitivne vrednosti izražajo manjšo cenovno občutljivost (cena je manj pomemben element).

Obiski v Sloveniji

Podvzorec: Obiskovalci Slovenije



OPOMBE:

Podatki so prikazani na podvzorcju „Obiskovalci Slovenije“, kjer so vključeni vsi tisti, ki so Slovenijo kadarkoli že obiskali, pri čemer so vključeni tudi neturistični obiski. V grafu so prikazani deleži obiskov z namenom oddiha ali počitnic, pri čemer je znotraj tega prikazan delež tistih, ki Slovenijo obiskujejo tudi s poslovnimi nameni. V spodnjih dveh grafih je prikazano tudi število obiskov Slovenije ter zadnji obdobje obiska. Iz prikaza so izključeni tisti, ki so Slovenijo obiskali le s poslovnimi nameni.

Primerjava med državami

PERSONE NA VSEH TRGIH



TIP DESTINACIJE

Ob morju	70%
Mesta	47%
V gorah	37%
Prestolnice	34%
Kulturno-zgodovinska središča	34%

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	82%
Apartma	48%
Zasebna soba (npr. Airbnb)	24%
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%
Hostel	21%

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	64%
Avto	27%
Avtobus	3%
Vlak	2%
Avtodom (camper)	2%

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	69%
Avtobus	34%
Vlak	21%
Peš	19%
Kolo	5%

AKTIVNOSTI

Sonce in morje	60%
Ogledovanje starih mestnih jeder	56%
Ogled mesta, prestolnice	55%
Naravne znamenitosti, narava	51%
Ogled glavnih turističnih znam.	45%

SPODBUDA

Pretekle izkušnje	48%
Priporočila prijateljev	44%
Cena destinacije	38%
Članki na spletu	29%
Prijateljnost destinacije	22%

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	50%
Pri prijateljih, družini	47%
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	30%
Potopisna literatura	24%
Spletni forumi	21%

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	47%
Agencija	34%
Neposredno pri ponud. namest.	23%
Expedia.com	16%
Airbnb	16%

S KOM POTUJE

V paru	43%
Z družino	34%
S prijatelji	14%
Sam	7%
S sorodniki	2%

Vsi trgi: Obiskovalci Slovenije (21,8%)

TIP DESTINACIJE

V gorah	45%	+8
Ob jezera	37%	+8
Drugje v naravi	37%	+4
Ob morju	67%	-3
Podnežlje	24%	+4

VRSTA NAMESTITVE

Hostel	26%	+5
Apartma	52%	+4
Butični hotel	21%	+6
Turistična kmetija	16%	+5
Kamp	23%	+4

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	31%	+5
Avtodom (camper)	4%	+2
Avtobus	4%	+1
Letalo	57%	-7
Motor	2%	+1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	72%	+3
Motor	8%	+4
Avtodom (camper)	7%	+4
Avtobus	28%	-6
Vlak	19%	-2

AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	35%	+8
Wellness in spa	31%	+5
Zimski športi	21%	+7
Spozn. lokalnega načina življenja	30%	+4
Thermal health spa	23%	+5

SPODBUDA

Potopisna literatura	25%	+6
Članki v tiskanih medijih	18%	+5
Potopisna predavanja	19%	+5
Članki na spletu	31%	+2
Pretekle izkušnje	47%	-1

VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	29%	+5
Članki na spletu	51%	+1
Članki v tiskanih medijih	20%	+5
Spletni forumi	22%	+1
Blogi	22%	+2

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	52%	+5
Expedia.com	20%	+4
Organizator	12%	+4
Agoda.com	9%	+4
Neposredno pri ponud. namešt.	26%	+3

S KOM POTUJE

V paru	44%	+1
S prijatelji	15%	+1
Sam	8%	+2
Z družino	32%	-3
S sorodniki	1%	-1

Vsi trgi: Turisti Slovenije (5,5%)

TIP DESTINACIJE

V gorah	48%	+11
Drugje v naravi	40%	+8
Ob jezeru	39%	+9
Mesta	48%	+1
Ob morju	70%	+0

VRSTA NAMESTITVE

Apartma	60%	+11
Zasebna soba (npr. Airbnb)	35%	+11
Hostel	26%	+6
Kamp	23%	+5
Hotel	82%	+0

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	38%	+11
Avtodom (camper)	3%	+1
Avtobus	4%	+0
Motor	2%	+1
Letalo	51%	-13

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	74%	+5
Vlak	23%	+2
Motor	6%	+2
Avtobus	29%	-5
Peš	16%	-3

AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	69%	+13
Naravne znamenitosti, narava	60%	+9
Ogled glavnih turističnih znam.	54%	+9
Športne aktivnosti	38%	+11
Ogled mesta, prestolnice	61%	+7

SPODBUDA

Članki na spletu	36%	+7
Potopisna literatura	27%	+8
Pretekle izkušnje	53%	+5
Priporočila prijateljev	47%	+3
Bližina destinacije	22%	+4

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	60%	+10
Potopisna literatura	31%	+7
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	34%	+5
Članki v tiskanih medijih	19%	+5
Pri prijateljih, družini	48%	+1

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	59%	+12
Neposredno pri ponud. namešt.	33%	+10
Airbnb	23%	+7
Lastna nastanitev	11%	+2
Pri ponudniku aktivnosti	9%	+3

S KOM POTUJE

V paru	45%	+2
S prijatelji	15%	+1
Z družino	32%	-2
Sam	6%	+0
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Urbani potrošniki (17,0%)



TIP DESTINACIJE

Mesta	74%	+26
Prestolnice	39%	+5
Ob morju	63%	-7
Kulturno-zgodovinska središča	26%	-8
Terme (Wellness in Spa)	11%	-4

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	92%	+10
Namestitev pri sorod. ali prijat.	22%	-2
Zasebna soba (npr. Airbnb)	22%	-3
Lastna nepremičnina (vikend)	9%	-1
Apartma	42%	-6

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	72%	+8
Avtobus	3%	-1
Vlak	2%	+0
Avto	21%	-6
Ladja oz. drugo plovilo	0%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	24%	+3
Avto	67%	-2
Avtobus	35%	+1
Peš	21%	+1
Kolo	4%	-2

AKTIVNOSTI

Ogled mesta, prestolnice	69%	+14
Nakupovanje	63%	+26
Nočno življenje (bari, klubi)	37%	+20
Ogled glavnih turističnih znam.	53%	+8
Gastronomija	43%	+12

SPODBUDA

Cena destinacije	39%	+1
Priporočila prijateljev	44%	+1
Prijjubljenost destinacije	27%	+5
Pretekle izkušnje	46%	-1
Objave na družbenih medijih, blogih	17%	+0

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	49%	+2
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	31%	+2
Mnenja na družbenih medijih	21%	+1
Članki na spletu	48%	-3
Spletni forumi	20%	-1

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	51%	+4
Expedia.com	18%	+1
Drugi spl. portal	8%	+1
Airbnb	16%	+0
Agencija	31%	-2

S KOM POTUJE

V paru	46%	+3
S prijatelji	18%	+4
Z družino	29%	-6
Sam	6%	+0
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Zeleni raziskovalci (15,8%)



TIP DESTINACIJE

V gorah	65%	+28
Kulturno-zgodovinska središča	62%	+28
Ob morju	85%	+16
Mesta	66%	+19
Drugje v naravi	55%	+23

VRSTA NAMESTITVE

Apartma	72%	+23
Zasebna soba (npr. Airbnb)	33%	+9
Namestitev pri sorod. ali prijat.	28%	+3
Hostel	25%	+4
Kamp	23%	+5

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	28%	+1
Vlak	3%	+1
Letalo	63%	-1
Avtobus	3%	+0
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	27%	+6
Avtobus	40%	+5
Avto	71%	+2
Peš	25%	+5
Kolo	7%	+2

AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	81%	+24
Naravne znamenitosti, narava	75%	+24
Ogled mesta, prestolnice	74%	+19
Športne aktivnosti	47%	+20
Zgodovina in gradovi	53%	+9

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	50%	+7
Članki na spletu	35%	+6
Cena destinacije	43%	+5
Pretekle izkušnje	51%	+4
Potopisna literatura	24%	+5

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	60%	+10
Spletne portale (Tripadvisor idr.)	35%	+6
Potopisna literatura	30%	+6
Pri prijateljih, družini	50%	+2
Spletni forumi	24%	+3

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	56%	+9
Airbnb	22%	+7
Neposredno pri ponud. namešt.	28%	+5
Expedia.com	17%	+1
Agencija	30%	-3

S KOM POTUJE

V paru	46%	+3
S prijatelji	15%	+1
Z družino	30%	-4
Sam	7%	+0
S sorodniki	2%	+0

Vsi trgi: Lepotni razvajenci (14,9%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	94%	+25
Terme (Wellness in Spa)	36%	+21
V gorah	26%	-10
Ob jezeru	25%	-5
Mesta	29%	-18

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	89%	+7
Apartma	47%	-1
Namestitev pri sorod. ali prijat.	23%	-1
Lastna nepremičnina (vikend)	10%	+0
Kamper	7%	+0

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	65%	+1
Avto	30%	+3
Avtobus	3%	-1
Vlak	1%	-1
Ladja oz. drugo plovilo	0%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	74%	+6
Peš	20%	+0
Avtobus	30%	-4
Kolo	4%	-2
Vlak	11%	-10

AKTIVNOSTI

Sonce in morje	87%	+27
Wellness in spa	48%	+22
Nakupovanje	54%	+17
Rekreacija	53%	+18
Aktivnosti in zabava za otroke	34%	+18

SPODBUDA

Pretekle izkušnje	51%	+4
Cena destinacije	44%	+7
Priporočila prijateljev	46%	+2
Priljubljenost destinacije	27%	+5
Bližina destinacije	18%	+0

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	53%	+5
Pri agencijah	28%	+8
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	29%	-1
Članki na spletu	48%	-2
Mnenja na družbenih medijih	20%	-1

NAČIN REZERVACIJE

Agencija	44%	+11
Neposredno pri ponud. namest.	24%	+0
Lastna nastanitev	9%	+0
Drugi spl. portal	8%	+1
Booking.com	38%	-9

S KOM POTUJE

Z družino	55%	+20
V paru	34%	-9
Sam	3%	-4
S sorodniki	1%	+0
S prijatelji	7%	-8

Vsi trgi: Večno mladi (11,6%)



TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	30%	-4
Ob morju	61%	-9
Prestolnice	22%	-12
Zdravilišča	5%	+0
Podraželje	14%	-6

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	87%	+5
Kamp	17%	-1
Namestitev pri sorod. ali prijat.	21%	-3
Kamper	6%	+0
Apartma	39%	-9

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	64%	+0
Avtobus	5%	+2
Vlak	2%	+0
Avto	26%	-1
Kolo	0%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	36%	+2
Avto	65%	-3
Kolo	4%	-1
Motor	3%	-1
Vlak	17%	-3

AKTIVNOSTI

<u>Ogledovanje starih mestnih jeder</u>	76%	+20
<u>Zgodovina in gradovi</u>	67%	+23
<u>Krožne ture (touring)</u>	38%	+19
<u>Ogled mesta, prestolnice</u>	59%	+4
<u>Ogled glavnih turističnih znam.</u>	55%	+10

SPODBUDA

Cena destinacije	37%	-1
Potopisna literatura	20%	+1
Bližina destinacije	18%	+0
TV oddaje	17%	+0
Pretekle izkušnje	44%	-3

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	50%	-1
Pri agencijah	23%	+3
Potopisna literatura	24%	+1
Pri prijateljih, družini	43%	-5
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	26%	-4

NAČIN REZERVACIJE

Agencija	40%	+6
Organizator	8%	+0
Lastna nastanitve	8%	+0
Neposredno pri ponud. namest.	20%	-3
Booking.com	40%	-7

S KOM POTUJE

V paru	45%	+2
Sam	8%	+1
Z družino	33%	-2
S prijatelji	13%	-2
S sorodniki	2%	+0

Vsi trgi: Družabni foodieji (8,7%)



TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	77%	+43
Mesta	73%	+26
Prestolnice	65%	+31
Ob morju	83%	+14
Drugje v naravi	47%	+15

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	94%	+12
Butični hotel	33%	+18
Zasebna soba (npr. Airbnb)	33%	+8
Apartmenta	50%	+2
Namestitev pri sorod. ali prijat.	29%	+5

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	73%	+9
Vlak	3%	+0
Ladja oz. drugo plovilo	0%	+0
Avto	21%	-6
Avtobus	2%	-1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	43%	+9
Vlak	31%	+10
Avto	73%	+4
Peš	25%	+6
Kolo	5%	-1

AKTIVNOSTI

Zgodovina in gradovi	85%	+41
Ogledovanje starih mestnih jeder	90%	+34
Ogled glavnih turističnih znam.	83%	+38
Naravne znamenitosti, narava	84%	+32
Ogled mesta, prestolnice	85%	+30

SPODBUDA

Priljubljenost destinacije	32%	+10
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	30%	+12
Cena destinacije	49%	+11
Članki na spletu	39%	+10
Pretekle izkušnje	57%	+9

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	63%	+13
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	46%	+16
Spletni forumi	29%	+8
Potopisna literatura	31%	+8
Pri agencijah	27%	+7

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	57%	+10
Agencija	38%	+4
Neposredno pri ponud. namest.	29%	+6
Expedia.com	21%	+5
Drugi spl. portal	10%	+3

S KOM POTUJE

V paru	45%	+2
Z družino	43%	+8
S prijatelji	8%	-7
Sam	3%	-4
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Sproščeni eskapisti (7,5%)



TIP DESTINACIJE

Mesta	27%	-21
Podeželje	20%	-1
Drugeje v naravi	21%	-11
Ob morju	52%	-18
V gorah	22%	-15

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	83%	+1
Turistična kmetija	11%	+0
Namestitev pri sorod. ali prijat.	19%	-5
Glamping	5%	+1
Lastna nepremičnina (vikend)	10%	+0

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avtodom (camper)	3%	+1
Avtobus	4%	+0
Letalo	62%	-1
Motor	2%	+1
Avto	25%	-2

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	65%	-4
Motor	6%	+2
Avtobus	30%	-5
Avtodom (camper)	5%	+2
Vlak	16%	-5

AKTIVNOSTI

Naravne znamenitosti, narava	58%	+7
Thermal health spa	33%	+15
Gastronomija	34%	+2
Selfness, digital-detox ipd.	20%	+14
Ogled mesta, prestolnice	47%	-8

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	35%	-8
Potopisna predavanja	16%	+1
Objave na družbenih medijih, blogih	14%	-3
Pretekle izkušnje	38%	-9
Potopisna literatura	15%	-4

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	41%	-9
Mnenja na družbenih medijih	18%	-2
Potopisna literatura	20%	-3
Potopisna predavanja	15%	+2
Pri prijateljih, družini	40%	-8

NAČIN REZERVACIJE

Agencija	33%	+0
Expedia.com	17%	+0
Organizator	9%	+2
Agoda.com	7%	+2
Booking.com	43%	-5

S KOM POTUJE

V paru	44%	+1
S prijatelji	16%	+2
Sam	8%	+2
Z družino	30%	-5
S sorodniki	2%	+0

Vsi trgi: Aktivni nostalgiki (6,5%)



TIP DESTINACIJE

V gorah	65%	+28
Drugje v naravi	61%	+29
Ob jezeru	52%	+23
Ob morju	52%	-18
Podnežlje	28%	+7

VRSTA NAMESTITVE

Butični hotel	31%	+16
Kamp	22%	+4
Hotel	82%	+0
Turistična kmetija	15%	+4
Apartma	38%	-10

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	36%	+9
Avtodom (camper)	3%	+1
Letalo	54%	-10
Avtobus	3%	-1
Motor	2%	+1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	74%	+5
Avtodom (camper)	7%	+4
Peš	13%	-7
Motor	7%	+3
Avtobus	22%	-13

AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	49%	+22
Obisk vinske kleti	26%	+12
Gastronomija	33%	+2
Naravne znamenitosti, narava	51%	-1
Zimski športi	20%	+6

SPODBUDA

Potopisna predavanja	16%	+2
Potopisna literatura	19%	+0
Pretekle izkušnje	43%	-5
Priporočila prijateljev	38%	-5
TV oddaje	14%	-3

VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	24%	+0
Pri prijateljih, družini	41%	-6
Potopisna predavanja	16%	+2
Blogi	15%	-4
Članki v tiskanih medijih	15%	+0

NAČIN REZERVACIJE

Agencija	32%	-1
Neposredno pri ponud. namest.	23%	+0
Organizator	12%	+4
Expedia.com	16%	+0
Booking.com	42%	-5

S KOM POTUJE

V paru	57%	+14
Z družino	23%	-11
S prijatelji	11%	-4
Sam	7%	+1
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Urbani ozaveščeni (5,6%)



TIP DESTINACIJE

Mesta	67%	+20
Prestolnice	62%	+28
Kulturno-zgodovinska središča	50%	+16
Drugje v naravi	22%	-10
Podeželje	14%	-6

VRSTA NAMESTITVE

Hostel	50%	+29
Zasebna soba (npr. Airbnb)	38%	+13
Namestitev pri sorod. ali prijat.	32%	+7
Butični hotel	18%	+3
Turistična kmetija	14%	+3

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	71%	+7
Vlak	4%	+2
Avtobus	4%	+0
Avtodom (camper)	2%	+0
Motor	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	47%	+13
Vlak	38%	+18
Avto	56%	-13
Peš	27%	+7
Kolo	5%	+0

AKTIVNOSTI

Muzeji, galerije in umetnost	72%	+40
Spozn. lokalnega načina življenja	66%	+40
Ogledovanje starih mestnih jeder	80%	+24
Ogled mesta, prestolnice	75%	+20
Gastronomija	56%	+24

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	40%	-3
Potopisna literatura	27%	+8
Objave na družbenih medijih, blogih	23%	+6
Članki na spletu	34%	+5
Cena destinacije	41%	+3

VIR INFORMACIJ

Blogi	30%	+11
Članki na spletu	56%	+6
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	36%	+7
Potopisna literatura	29%	+6
Članki v tiskanih medijih	20%	+5

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	56%	+9
Airbnb	28%	+12
Expedia.com	21%	+4
Neposredno pri ponud. namešt.	25%	+2
Pri ponudniku aktivnosti	8%	+2

S KOM POTUJE

V paru	40%	-3
S prijatelji	21%	+7
Sam	12%	+6
Z družino	24%	-10
S sorodniki	2%	+0

Vsi trgi: Brezskrbni mladi (3,2%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	81%	+11
Mesta	67%	+20
Prestolnice	34%	-1
V gorah	23%	-14
Ob jezeru	20%	-9

VRSTA NAMESTITVE

Hostel	57%	+36
Kamp	25%	+7
Namestitev pri sorod. ali prijat.	29%	+5
Zasebna soba (npr. Airbnb)	24%	+0
Hotel	56%	-26

PREVOZ DO DESTINACIJE

Vlak	4%	+2
Avtodom (camper)	4%	+2
Motor	2%	+1
Letalo	62%	-2
Avtobus	4%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	34%	-1
Vlak	21%	+0
Avto	58%	-11
Kolo	8%	+2
Motor	7%	+3

AKTIVNOSTI

Glasbeni festivali in koncerti	50%	+32
Nočno življenje (bari, klubi)	45%	+27
Ogled mesta, prestolnice	56%	+1
Družabni dogodki, festivali	38%	+15
Sonce in morje	60%	-1

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	46%	+3
Prijubljenost destinacije	23%	+1
Video posnetki na spletu	15%	+1
Članki na spletu	27%	-2
Objave na družbenih medijih, blogih	17%	+1

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	48%	+1
Mnenja na družbenih medijih	22%	+2
Blogi	20%	+1
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	24%	-5
Članki na spletu	42%	-9

NAČIN REZERVACIJE

Airbnb	20%	+4
Expedia.com	19%	+3
Lastna nastanitev	12%	+3
Booking.com	44%	-4
Agoda.com	7%	+2

S KOM POTUJE

S prijatelji	31%	+17
V paru	33%	-10
Sam	10%	+4
Z družino	23%	-11
S sorodniki	2%	+1

Vsi trgi: Avanturisti (3,1%)



TIP DESTINACIJE

Drugje v naravi	60%	+27
V gorah	59%	+22
Ob jezeru	50%	+21
Podeželje	29%	+9
Ob morju	44%	-26

VRSTA NAMESTITVE

Kamp	31%	+13
Hostel	28%	+7
Turistična kmetija	21%	+10
Glamping	13%	+9
Kamper	15%	+8

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avtodom (camper)	10%	+7
Avto	35%	+8
Motor	3%	+2
Letalo	44%	-19
Avtobus	4%	+1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Motor	14%	+10
Avto	63%	-6
Avtodom (camper)	13%	+9
Avtobus	21%	-13
Vlak	12%	-9

AKTIVNOSTI

Zgodovina in gradovi	66%	+22
Adrenalinski športni izzivi	35%	+28
Športne aktivnosti na vodi	39%	+23
Gornišтво (zahtevnejše ture)	32%	+25
Zimski športi	23%	+9

SPODBUDA

Potopisna literatura	23%	+4
Potopisna predavanja	17%	+3
Pretekle izkušnje	42%	-6
Video posnetki na spletu	16%	+2
Članki v tiskanih medijih	15%	+2

VIR INFORMACIJ

Članki v tiskanih medijih	19%	+4
Potopisna literatura	24%	+0
Članki na spletu	43%	-7
Potopisna predavanja	16%	+2
Pri prijateljih, družini	39%	-8

NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	20%	+4
Organizator	12%	+5
Agoda.com	11%	+6
Agencija	27%	-6
Neposredno pri ponud. namest.	20%	-3

S KOM POTUJE

S prijatelji	24%	+9
V paru	36%	-7
Z družino	30%	-5
Sam	8%	+1
S sorodniki	3%	+1

Vsi trgi: Aktivne družine (3,1%)



TIP DESTINACIJE

V gorah	72%	+35
Drugje v naravi	66%	+34
Ob jezeru	51%	+21
Podeželje	28%	+7
Ob morju	59%	-10

VRSTA NAMESTITVE

Apartma	74%	+26
Kamp	32%	+14
Hostel	28%	+7
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%	-1
Hotel	62%	-20

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	40%	+13
Avtobus	4%	+0
Avtodom (camper)	3%	+1
Letalo	48%	-16
Vlak	3%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	73%	+4
Kolo	10%	+5
Avtodom (camper)	8%	+4
Peš	18%	-2
Avtobus	27%	-7

AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	66%	+39
Športne aktivnosti na vodi	48%	+32
Gornišтво (zahtevnejše ture)	36%	+29
Naravne znamenitosti, narava	55%	+4
Krožne ture (touring)	29%	+10

SPODBUDA

Video posnetki na spletu	20%	+6
Objave na družbenih medijih, blogih	20%	+3
Pretekle izkušnje	50%	+3
Članki na spletu	32%	+3
Potopisna literatura	22%	+3

VIR INFORMACIJ

Potopisna literatura	27%	+3
Blogi	23%	+4
Članki na spletu	51%	+1
Spletni forumi	22%	+1
Potopisna predavanja	17%	+3

NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namešt.	30%	+7
Organizator	15%	+7
Booking.com	49%	+2
Airbnb	19%	+3
Pri ponudniku aktivnosti	11%	+4

S KOM POTUJE

V paru	43%	+0
S prijatelji	15%	+0
Sam	9%	+2
Z družino	33%	-1
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Predane mame (3,0%)



TIP DESTINACIJE

V gorah	56%	+19
Ob jezeru	48%	+19
Podeželje	32%	+12
Ob morju	50%	-20
Drugje v naravi	30%	-2

VRSTA NAMESTITVE

Apartma	67%	+19
Turistična kmetija	39%	+29
Kamp	25%	+7
Namestitev pri sorod. ali prijat.	26%	+1
Hotel	48%	-34

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	44%	+17
Avtodom (camper)	5%	+3
Avtobus	5%	+2
Motor	2%	+1
Letalo	41%	-23

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	74%	+5
Motor	9%	+5
Avtobus	22%	-13
Vlak	11%	-10
Peš	11%	-9

AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	44%	+17
Aktivnosti in zabava za otroke	38%	+22
Podeželske, kmečke aktivnosti	31%	+21
Naravne znamenitosti, narava	47%	-4
Zimski športi	20%	+5

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	40%	-4
Video posnetki na spletu	15%	+1
Pretekle izkušnje	44%	-4
TV oglasi	9%	+2
Članki na spletu	24%	-5

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	49%	+1
Potopisna literatura	21%	-2
Članki v tiskanih medijih	17%	+2
Blogi	18%	-2
Mnenja na družbenih medijih	18%	-2

NAČIN REZERVACIJE

Lastna nastanitev	14%	+5
Neposredno pri ponud. namešt.	25%	+2
Organizator	10%	+3
Agoda.com	10%	+5
Expedia.com	15%	-1

S KOM POTUJE

Z družino	44%	+9
Sam	7%	+0
V paru	34%	-9
S prijatelji	14%	-1
S sorodniki	1%	+0

Primerjava ciljne države glede na vse ostale države

PRIMERJAVA NAKUPNE POTI MED DRŽAVAMI



TIP DESTINACIJE

Ob morju	70%
Mesta	47%
V gorah	37%
Prestolnice	34%
Kulturno-zgodovinska središča	34%

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	82%
Apartma	48%
Zasebna soba (npr. Airbnb)	24%
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%
Hostel	21%

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	64%
Avto	27%
Avtobus	3%
Vlak	2%
Avtodom (camper)	2%

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	69%
Avtobus	34%
Vlak	21%
Peš	19%
Kolo	5%

AKTIVNOSTI

Sonce in morje	60%
Ogledovanje starih mestnih jeder	56%
Ogled mesta, prestolnice	55%
Naravne znamenitosti, narava	51%
Ogled glavnih turističnih znam.	45%

SPODBUDA

Pretekle izkušnje	48%
Priporočila prijateljev	44%
Cena destinacije	38%
Članki na spletu	29%
Prijateljnost destinacije	22%

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	50%
Pri prijateljih, družini	47%
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	30%
Potopisna literatura	24%
Spletni forumi	21%

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	47%
Agencija	34%
Neposredno pri ponud. namest.	23%
Expedia.com	16%
Airbnb	16%

S KOM POTUJE

V paru	43%
Z družino	34%
S prijatelji	14%
Sam	7%
S sorodniki	2%

Vsi trgi: Avstrija (6,7%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	80%	+11
Mesta	53%	+6
Ob jezeru	37%	+8
<u>Terme (Wellness in Spa)</u>	31%	+16
V gorah	33%	-3

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	86%	+3
Apartma	52%	+4
Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%	+4
Namestitev pri sorod. ali prijat.	21%	-3
<u>Drugo</u>	4%	+2

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	45%	+18
Vlak	4%	+1
<u>Avtodom (camper)</u>	3%	+1
Letalo	44%	-19
Motor	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	72%	+3
<u>Peš</u>	26%	+7
<u>Kolo</u>	7%	+2
Avtobus	31%	-3
Motor	4%	+0

AKTIVNOSTI

<u>Sonce in morje</u>	71%	+10
Ogledovanje starih mestnih jeder	57%	+1
<u>Wellness in spa</u>	43%	+17
<u>Ogled glavnih turističnih znam.</u>	51%	+6
<u>Spozn. lokalnega načina življenja</u>	40%	+14

SPODBUDA

<u>Priporočila prijateljev</u>	51%	+8
<u>Pretekle izkušnje</u>	51%	+4
<u>Članki na spletu</u>	32%	+3
<u>TV oddaje</u>	19%	+2
Prijateljnost destinacije	21%	-1

VIR INFORMACIJ

<u>Članki na spletu</u>	64%	+13
<u>Pri prijateljih, družini</u>	54%	+7
<u>Potopisna literatura</u>	28%	+4
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	28%	-2
Spletni forumi	18%	-2

NAČIN REZERVACIJE

<u>Neposredno pri ponud. namest.</u>	40%	+17
<u>Booking.com</u>	52%	+4
<u>Drugi spl. portal</u>	10%	+3
<u>Expedia.com</u>	18%	+1
<u>Lastna nastanitev</u>	12%	+3

S KOM POTUJE

<u>V paru</u>	46%	+3
Z družino	33%	-2
S prijatelji	15%	+1
Sam	5%	-1
S sorodniki	0%	-1

Vsi trgi: Francija (6,4%)



TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	42%	+8
Mesta	52%	+5
Prestolnice	42%	+8
Ob morju	61%	-9
Drugje v naravi	33%	+1

VRSTA NAMESTITVE

Zasebna soba (npr. Airbnb)	31%	+7
Hostel	26%	+5
Namestitev pri sorod. ali prijat.	27%	+3
Kamp	22%	+4
Hotel	79%	-3

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	70%	+7
Vlak	3%	+0
Avtodom (camper)	2%	+0
Avto	22%	-5
Motor	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	71%	+3
Peš	28%	+8
Avtobus	33%	-2
Kolo	6%	+1
Motor	5%	+1

AKTIVNOSTI

Ogled mesta, prestolnice	64%	+10
Rekreacija	53%	+17
Gastronomija	38%	+6
Ogledovanje starih mestnih jeder	56%	+0
Športne aktivnosti	32%	+5

SPODBUDA

Potopisna predavanja	30%	+15
Cena destinacije	39%	+1
Priporočila prijateljev	43%	+0
Članki na spletu	31%	+2
Potopisna literatura	30%	+11

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	52%	+4
Potopisna literatura	35%	+11
Potopisna predavanja	24%	+11
Blogi	17%	-3
Članki v tiskanih medijih	16%	+1

NAČIN REZERVACIJE

Airbnb	31%	+15
Booking.com	52%	+5
Expedia.com	22%	+6
Drugi spl. portal	11%	+4
Agencija	22%	-12

S KOM POTUJE

V paru	54%	+11
Z družino	25%	-10
S prijatelji	11%	-3
S sorodniki	2%	+0
Sam	8%	+1

Vsi trgi: Nemčija (6,6%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	77%	+8
Ob jezeru	42%	+13
Mesta	49%	+1
<u>Drugje v naravi</u>	37%	+4
<u>V gorah</u>	38%	+1

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	83%	+0
Apartma	50%	+2
Turistična kmetija	14%	+3
Zasebna soba (npr. Airbnb)	22%	-2
Hostel	19%	-2

PREVOZ DO DESTINACIJE

<u>Avto</u>	30%	+3
<u>Vlak</u>	3%	+1
<u>Avtodom (camper)</u>	3%	+1
<u>Ladja oz. drugo plovilo</u>	1%	+0
Letalo	60%	-3

PREVOZ NA DESTINACIJI

<u>Avto</u>	73%	+5
<u>Peš</u>	23%	+3
<u>Kolo</u>	9%	+4
Avtobus	29%	-5
Vlak	17%	-4

AKTIVNOSTI

<u>Sonce in morje</u>	65%	+4
<u>Spozn. lokalnega načina življenja</u>	37%	+11
Gastronomija	37%	+5
Nakupovanje	40%	+4
Wellness in spa	31%	+5

SPODBUDA

<u>Članki na spletu</u>	31%	+2
TV oddaje	23%	+6
Pretekle izkušnje	49%	+1
<u>Potopisna literatura</u>	22%	+3
Priporočila prijateljev	41%	-3

VIR INFORMACIJ

<u>Članki na spletu</u>	54%	+3
<u>Potopisna literatura</u>	29%	+6
Pri prijateljih, družini	46%	-1
<u>Članki v tiskanih medijih</u>	16%	+2
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	22%	-7

NAČIN REZERVACIJE

<u>Neposredno pri ponud. namest.</u>	29%	+6
<u>Expedia.com</u>	28%	+12
<u>Lastna nastanitev</u>	11%	+2
<u>Drugi spl. portal</u>	10%	+3
Booking.com	41%	-6

S KOM POTUJE

<u>V paru</u>	48%	+5
Z družino	32%	-3
<u>Sam</u>	8%	+2
S prijatelji	12%	-3
S sorodniki	0%	-1

Vsi trgi: Italija (6,6%)



TIP DESTINACIJE

Prestolnice	59%	+25
V gorah	39%	+2
Kulturno-zgodovinska središča	38%	+4
Ob morju	64%	-6
Mesta	46%	-2

VRSTA NAMESTITVE

Butični hotel	43%	+27
Apartma	49%	+0
Turistična kmetija	32%	+21
Hotel	79%	-3
Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%	+4

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	74%	+10
Avtodom (camper)	3%	+1
Motor	1%	+1
Avto	18%	-9
Avtobus	2%	-1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	29%	+8
Avtobus	35%	+1
Avto	68%	-1
Motor	6%	+2
Avtodom (camper)	5%	+1

AKTIVNOSTI

Ogled mesta, prestolnice	64%	+10
Naravne znamenitosti, narava	60%	+9
Muzeji, galerije in umetnost	47%	+15
Gastronomija	47%	+15
Spozn. lokalnega načina življenja	43%	+17

SPODBUDA

Potopisna predavanja	25%	+11
Članki na spletu	32%	+3
Video posnetki na spletu	19%	+5
Cena destinacije	37%	-1
Potopisna literatura	21%	+2

VIR INFORMACIJ

Spletni portali (Tripadvisor idr.)	39%	+9
Članki na spletu	53%	+2
Potopisna predavanja	22%	+8
Mnenja na družbenih medijih	23%	+3
Blogi	23%	+4

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	64%	+17
Expedia.com	31%	+15
Airbnb	21%	+5
Agencija	30%	-3
Organizator	9%	+1

S KOM POTUJE

V paru	44%	+1
S prijatelji	20%	+6
Z družino	30%	-5
Sam	5%	-2
S sorodniki	1%	-1

Vsi trgi: Nizozemska (6,6%)



TIP DESTINACIJE

Drugje v naravi	41%	+9
V gorah	38%	+1
Kulturno- zgodovinska središča	36%	+2
Mesta	46%	-1
Ob morju	59%	-11

VRSTA NAMESTITVE

Kamp	25%	+7
Apartma	50%	+2
Hotel	77%	-5
Lastna nepremičnina (vikend)	12%	+3
Namestitev pri sorod. ali prijat.	18%	-6

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	37%	+10
Avtodom (camper)	2%	+0
Motor	1%	+0
Letalo	55%	-8
Vlak	2%	-1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	76%	+7
Vlak	19%	-2
Kolo	5%	+0
Avtobus	25%	-10
Avtodom (camper)	3%	-1

AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	61%	+4
Ogled mesta, prestonice	60%	+6
Rekreacija	49%	+13
Krožne ture (touring)	34%	+15
Nakupovanje	43%	+6

SPODBUDA

Cena destinacije	40%	+2
Bližnja destinacije	28%	+10
Pretekle izkušnje	43%	-5
Prijubljeno destinacije	21%	-1
TV oddaje	23%	+6

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	51%	+1
Pri agencijah	23%	+3
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	28%	-2
Potopisna literatura	21%	-2
Drugo	8%	+6

NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namešt.	30%	+7
Agencija	30%	-4
Pri ponudniku aktivnosti	8%	+1
Expedia.com	14%	-3
Lastna nastanitev	8%	-1

S KOM POTUJE

V paru	39%	-4
Z družino	32%	-3
S prijatelji	14%	+0
Sam	8%	+1
S sorodniki	7%	+6

Vsi trgi: Poljska (6,7%)



TIP DESTINACIJE

V gorah	46%	+10
Ob morju	70%	+0
Drugje v naravi	36%	+3
Ob jezeru	33%	+4
Terme (Wellness in Spa)	19%	+4

VRSTA NAMESTITVE

Hostel	36%	+15
Turistična kmetija	30%	+19
Namestitev pri sorod. ali prijat.	30%	+6
Zasebna soba (npr. Airbnb)	27%	+2
Apartma	43%	-5

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	29%	+2
Avtobus	6%	+3
Avtodom (camper)	2%	+0
Letalo	60%	-4
Motor	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	69%	+1
Avtobus	40%	+5
Peš	20%	+0
Kolo	7%	+2
Avtodom (camper)	4%	+0



AKTIVNOSTI

Rekreacija	57%	+21
Zgodovina in gradovi	51%	+7
Športne aktivnosti na vodi	30%	+14
Spoz. lokalnega načina življenja	34%	+8
Križarjenje	27%	+11

SPODBUDA

Članki na spletu	38%	+9
Priporočila prijateljev	45%	+1
Potopisna literatura	22%	+3
Pretekle izkušnje	48%	+1
Cena destinacije	39%	+1

VIR INFORMACIJ

Spletne forumi	32%	+11
Blogi	30%	+11
Članki na spletu	54%	+4
Pri prijateljih, družini	52%	+4
Članki v tiskanih medijih	19%	+4

NAČIN REZERVACIJE

Agencija	40%	+6
Lastna nastanitev	17%	+8
Preko uradnih TIC-ov	12%	+6
Booking.com	48%	+1
Neposredno pri ponud. namest.	22%	-1

S KOM POTUJE

V paru	49%	+6
Z družino	34%	-1
S prijatelji	14%	+0
Sam	3%	-3
S sorodniki	0%	-1

Vsi trgi: Združeno Kraljestvo (6,6%)



TIP DESTINACIJE

Mesta	57%	+10
Podeželje	34%	+14
Prestolnice	39%	+5
Ob morju	69%	-1
Ob jezeru	33%	+4

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	84%	+2
Butični hotel	26%	+10
Apartma	47%	-1
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%	+0
Glamping	9%	+5

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	81%	+17
Motor	2%	+1
Avtodom (camper)	2%	+0
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+1
Avto	11%	-15

PREVOZ NA DESTINACIJI

Vlak	24%	+4
Avtobus	31%	-4
Motor	5%	+1
Avto	62%	-6
Peš	16%	-3

AKTIVNOSTI

Rekreacija	40%	+4
Družabni dogodki, festivali	28%	+4
Zgodovina in gradovi	46%	+2
Aktivnosti in zabava za otroke	20%	+4
Ogledovanje starih mestnih jeder	56%	+0

SPODBUDA

Potopisna literatura	27%	+8
Priporočila prijateljev	46%	+3
Pretekle izkušnje	49%	+1
TV oddaje	20%	+3
Objave na družbenih medijih, blogih	19%	+2

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	53%	+6
Potopisna literatura	32%	+9
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	30%	+1
Članki v tiskanih medijih	17%	+3
Pri agencijah	19%	-1

NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	30%	+14
Agencija	34%	+0
Neposredno pri ponud. namest.	25%	+2
Agoda.com	7%	+2
Organizator	8%	+0

S KOM POTUJE

V paru	43%	+0
S prijatelji	15%	+0
Sam	7%	+1
Z družino	34%	-1
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Rusija (6,8%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	86%	+17
Mesta	51%	+4
Kulturno- zgodovinska središča	50%	+16
V gorah	39%	+2
Zdravilišča	11%	+7

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	91%	+9
Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%	+3
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%	+0
Hostel	22%	+1
Apartma	37%	-11

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	88%	+24
Vlak	3%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	0%	+0
Avto	6%	-21
Avtobus	2%	-2

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	61%	+27
Peš	24%	+5
Vlak	22%	+1
Avto	54%	-14
Kolo	4%	-2

AKTIVNOSTI

Sonce in morje	81%	+20
Ogled glavnih turističnih znam.	66%	+21
Naravne znamenitosti, narava	65%	+13
Muzeji, galerije in umetnost	48%	+16
Ogledovanje starih mestnih jeder	65%	+9

SPODBUDA

Cena destinacije	55%	+17
Pretekle izkušnje	58%	+11
Članki na spletu	40%	+11
Priporočila prijateljev	51%	+7
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	26%	+8

VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	68%	+18
Spletni forumi	42%	+21
Mnenja na družbenih medijih	32%	+12
Pri prijateljih, družini	47%	+0
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	35%	+5

NAČIN REZERVACIJE

Agencija	63%	+29
Airbnb	13%	-3
Booking.com	41%	-6
Preko uradnih TIC- ov	6%	+0
Organizator	4%	-3

S KOM POTUJE

Z družino	41%	+7
Sam	10%	+3
V paru	32%	-11
S prijatelji	14%	-1
S sorodniki	2%	+1

Vsi trgi: Belgija (6,5%)



TIP DESTINACIJE

<u>Drugje v naravi</u>	37%	+5
<u>Kulturno-zgodovinska središča</u>	36%	+2
Mesta	46%	-1
Ob morju	68%	-2
Ob jezeru	28%	-1

VRSTA NAMESTITVE

Zasebna soba (npr. Airbnb)	23%	-2
<u>Kamp</u>	20%	+2
<u>Lastna nepremičnina (vikend)</u>	14%	+5
Hotel	79%	-3
Namestitev pri sorod. ali prijat.	22%	-3

PREVOZ DO DESTINACIJE

<u>Avto</u>	38%	+11
<u>Vlak</u>	3%	+1
Letalo	54%	-10
Avtodom (camper)	2%	+0
Motor	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

<u>Avto</u>	74%	+5
Peš	20%	+1
<u>Kolo</u>	6%	+1
Avtobus	25%	-9
Vlak	14%	-6

AKTIVNOSTI

Sonce in morje	58%	-2
<u>Ogled mesta, prestolnice</u>	58%	+4
<u>Nakupovanje</u>	40%	+4
<u>Športne aktivnosti</u>	33%	+6
Naravne znamenitosti, narava	52%	+1

SPODBUDA

<u>Cena destinacije</u>	43%	+5
<u>Bližnja destinacije</u>	25%	+7
<u>Ustreznost dest. v vseh letnih časih</u>	21%	+3
Prijubljenost destinacije	23%	+1
<u>Potopisna literatura</u>	20%	+1

VIR INFORMACIJ

<u>Pri prijateljih, družini</u>	49%	+1
<u>Potopisna literatura</u>	26%	+2
<u>Pri agencijah</u>	21%	+2
Članki na spletu	44%	-7
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	25%	-5

NAČIN REZERVACIJE

<u>Neposredno pri ponud. namest.</u>	25%	+2
Booking.com	47%	-1
Lastna nastanitev	9%	+1
Agencija	33%	-1
Airbnb	15%	+0

S KOM POTUJE

V paru	42%	-1
S prijatelji	14%	+0
Sam	7%	+1
<u>S sorodniki</u>	4%	+2
Z družino	32%	-2

Vsi trgi: Češka (7,4%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	78%	+8
Drugje v naravi	41%	+9
V gorah	44%	+7
<u>Terme (Wellness in Spa)</u>	28%	+13
Kulturno-zgodovinska središča	34%	+0

VRSTA NAMESTITVE

<u>Apartma</u>	60%	+12
<u>Kamp</u>	34%	+16
<u>Zasebna soba (npr. Airbnb)</u>	29%	+5
Hotel	80%	-2
<u>Kamper</u>	11%	+4

PREVOZ DO DESTINACIJE

<u>Avto</u>	39%	+12
<u>Avtobus</u>	11%	+8
Vlak	2%	+0
Letalo	46%	-18
Kolo	0%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

<u>Avtobus</u>	39%	+5
<u>Peš</u>	24%	+4
Avto	65%	-4
<u>Kolo</u>	7%	+1
Vlak	14%	-7

AKTIVNOSTI

Rekreacija	69%	+33
<u>Zgodovina in gradovi</u>	53%	+9
Wellness in spa	39%	+13
Sonce in morje	65%	+4
Križarjenje	29%	+12

SPODBUDA

Pretekle izkušnje	58%	+11
Priporočila prijateljev	55%	+12
Prijjubljenost destinacije	32%	+10
Cena destinacije	42%	+4
Bližina destinacije	21%	+4

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	53%	+6
Pri agencijah	34%	+14
Članki na spletu	51%	+1
Mnenja na družbenih medijih	28%	+8
Blogi	19%	+0

NAČIN REZERVACIJE

<u>Agencija</u>	48%	+14
<u>Neposredno pri ponud. namest.</u>	26%	+3
<u>Lastna nastanitev</u>	12%	+3
<u>Organizator</u>	9%	+2
Preko uradnih TIC-ov	6%	+0

S KOM POTUJE

<u>Z družino</u>	42%	+8
S prijatelji	14%	+0
V paru	39%	-3
S sorodniki	1%	-1
Sam	3%	-3

Vsi trgi: Danska (6,5%)



TIP DESTINACIJE

Mesta	50%	+2
Prestolnice	41%	+7
Kulturno-zgodovinska središča	33%	-1
Drugje v naravi	28%	-4
Ob morju	59%	-11

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	84%	+2
Apartma	45%	-3
Lastna nepremičnina (vikend)	11%	+2
Kamp	19%	+1
Namestitev pri sorod. ali prijat.	21%	-3

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	75%	+11
Avtodom (camper)	2%	+0
Motor	1%	+0
Avto	19%	-8
Avtobus	2%	-1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	37%	+3
Vlak	22%	+1
Avto	67%	-2
Motor	4%	+0
Peš	14%	-6

AKTIVNOSTI

Nakupovanje	38%	+2
Ogled mesta, prestolnice	50%	-4
Naravne znamenitosti, narava	47%	-4
Ogled glavnih turističnih znam.	41%	-4
Sonce in morje	55%	-5

SPODBUDA

Potopisna predavanja	47%	+33
Cena destinacije	40%	+2
Članki v tiskanih medijih	16%	+3
Potopisna literatura	20%	+1
Prijjubljenost destinacije	19%	-3

VIR INFORMACIJ

Potopisna predavanja	42%	+28
Pri prijateljih, družini	50%	+3
Pri agencijah	25%	+6
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	30%	+1
Potopisna literatura	25%	+1

NAČIN REZERVACIJE

Pri ponudniku aktivnosti	15%	+8
Expedia.com	19%	+3
Lastna nastanitev	14%	+6
Agencija	37%	+3
Booking.com	38%	-9

S KOM POTUJE

Z družino	41%	+6
S prijatelji	14%	-1
Sam	8%	+2
V paru	37%	-6
S sorodniki	1%	-1

Vsi trgi: Madžarska (6,7%)



TIP DESTINACIJE

Ob jezeru	42%	+12
V gorah	49%	+12
Ob morju	72%	+2
Terme (Wellness in Spa)	25%	+10
Drugje v naravi	38%	+6

VRSTA NAMESTITVE

Apartma	68%	+20
Namestitev pri sorod. ali prijat.	31%	+6
Hostel	30%	+9
Kamp	27%	+9
Kamper	16%	+10

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	47%	+20
Avtobus	10%	+7
Vlak	3%	+1
Letalo	37%	-27
Avtodom (camper)	2%	-1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	75%	+6
Avtobus	24%	-10
Vlak	18%	-3
Kolo	6%	+0
Peš	11%	-9

AKTIVNOSTI

Zgodovina in gradovi	50%	+5
Wellness in spa	39%	+13
Križarjenje	36%	+19
Thermal health spa	34%	+16
Gastronomija	39%	+8

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	55%	+11
Pretekle izkušnje	51%	+3
Članki na spletu	33%	+4
Video posnetki na spletu	21%	+7
Spletni oglasi	17%	+9

VIR INFORMACIJ

Blogi	32%	+13
Članki na spletu	55%	+5
Pri prijateljih, družini	52%	+5
Spletni forumi	30%	+9
Mnenja na družbenih medijih	28%	+7

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	49%	+2
Neposredno pri ponud. namešt.	30%	+7
Agencija	35%	+1
Organizator	12%	+4
Pri ponudniku aktivnosti	7%	+0

S KOM POTUJE

Z družino	43%	+8
S prijatelji	16%	+1
V paru	36%	-7
Sam	5%	-2
S sorodniki	1%	+0

Vsi trgi: Španija (6,7%)



TIP DESTINACIJE

Mesta	62%	+15
Kulturno-zgodovinska središča	51%	+17
Prestolnice	47%	+13
V gorah	37%	+0
Ob morju	53%	-16

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	89%	+6
Apartma	48%	+0
Hostel	22%	+1
Butični hotel	18%	+2
Zasebna soba (npr. Airbnb)	20%	-4

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	76%	+12
Avtodom (camper)	3%	+0
Avto	18%	-9
Vlak	1%	-1
Motor	1%	+0

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	72%	+3
Vlak	31%	+10
Avtobus	33%	-1
Avtodom (camper)	4%	+1
Peš	12%	-8

AKTIVNOSTI

Ogledovanje starih mestnih jeder	67%	+11
Zgodovina in gradovi	56%	+12
Muzeji, galerije in umetnost	45%	+14
Ogled mesta, prestolnice	63%	+8
Gastronomija	44%	+12

SPODBUDA

Priporočila prijateljev	45%	+1
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	27%	+8
Prijubljenost destinacije	30%	+8
TV oddaje	25%	+8
Cena destinacije	38%	+1

VIR INFORMACIJ

Spletni portali (Tripadvisor idr.)	45%	+16
Blogi	33%	+13
Pri prijateljih, družini	50%	+3
Mnenja na družbenih medijih	28%	+7
Spletni forumi	25%	+5

NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	64%	+17
Expedia.com	25%	+9
Airbnb	22%	+7
Preko uradnih TIC-ov	8%	+2
Agencija	31%	-3

S KOM POTUJE

V paru	53%	+10
S prijatelji	14%	-1
Z družino	28%	-6
Sam	5%	-1
S sorodniki	0%	-1

Vsi trgi: Švedska (6,5%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	73%	+3
Mesta	55%	+8
Prestolnice	43%	+8
Kulturno-zgodovinska središča	28%	-6
Ob jezeru	25%	-4

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	87%	+5
Namestitev pri sorod. ali prijat.	33%	+8
Hostel	21%	+0
Apartma	47%	-1
Lastna nepremičnina (vikend)	13%	+3

PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	79%	+15
Avtodom (camper)	2%	+0
Vlak	3%	+0
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+1
Avto	12%	-15

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	39%	+5
Vlak	25%	+4
Avto	62%	-7
Kolo	5%	+0
Avtodom (camper)	5%	+1

AKTIVNOSTI

Nakupovanje	44%	+8
Sonce in morje	64%	+4
Krožne ture (touring)	26%	+7
Ogled mesta, prestolnice	52%	-3
Glasbeni festivali in koncerti	19%	+1

SPODBUDA

Pretekle izkušnje	53%	+5
Priporočila prijateljev	49%	+5
Cena destinacije	42%	+4
Članki v tiskanih medijih	16%	+3
TV oglasi	9%	+3

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	53%	+6
Pri agencijah	23%	+4
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	30%	+0
Spletni forumi	21%	+0
Članki v tiskanih medijih	17%	+2

NAČIN REZERVACIJE

Expedia.com	19%	+3
Drugi spl. portal	13%	+6
Booking.com	45%	-2
Agencija	34%	+0
Lastna nastanitev	9%	+1

S KOM POTUJE

Z družino	39%	+4
S prijatelji	17%	+3
V paru	36%	-7
Sam	7%	+1
S sorodniki	1%	-1

Vsi trgi: Švica (6,5%)



TIP DESTINACIJE

Ob morju	74%	+5
Mesta	54%	+6
Ob jezeru	34%	+4
V gorah	38%	+1
Terme (Wellness in Spa)	18%	+4

VRSTA NAMESTITVE

Hotel	86%	+4
Namestitev pri sorod. ali prijat.	26%	+2
Apartma	45%	-3
Zasebna soba (npr. Airbnb)	26%	+2
Hostel	23%	+2

PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	30%	+3
Vlak	4%	+2
Avtodom (camper)	2%	+0
Letalo	60%	-4
Avtobus	2%	-1

PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	71%	+3
Peš	25%	+6
Vlak	24%	+4
Avtobus	33%	-2
Kolo	5%	-1

AKTIVNOSTI

Sonce in morje	65%	+4
Nakupovanje	44%	+7
Wellness in spa	37%	+11
Naravne znamenitosti, narava	54%	+3
Spozn. lokalnega načina življenja	31%	+5

SPODBUDA

Pretekle izkušnje	52%	+4
Priporočila prijateljev	49%	+5
Članki na spletu	33%	+4
Bližina destinacije	21%	+3
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	18%	+0

VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	56%	+9
Članki na spletu	53%	+3
Potopisna literatura	25%	+2
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	29%	-1
Mnenja na družbenih medijih	16%	-4

NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namest.	34%	+11
Booking.com	55%	+8
Airbnb	19%	+4
Drugi spl. portal	11%	+5
Pri ponudniku aktivnosti	9%	+2

S KOM POTUJE

V paru	46%	+3
Z družino	32%	-3
Sam	8%	+2
S prijatelji	12%	-2
S sorodniki	1%	+0



VALICON Ljubljana

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

VALICON Zagreb

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

VALICON Sarajevo

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

VALICON Beograd

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