

V novembru 2023 smo izvedli anketo glede strukture gostov med prenočitvenimi ponudniki na območju Notranjskega parka.

Podatki naj vam služijo kot izhodišče pri oblikovanju vodenj – katere ciljne skupine nagovarjati oz. prilagajati vodenja predvsem v visoki sezoni (julij, avgust).

ANKETE JE IZPOLNILO 24 namestitvenih ponudnikov.

Povzetek anketiranja: namestitveni ponudniki v Notranjskem parku

Avtorica: Ladi Klančar
Cerknica, november 2023



Notranjski park

Mistična dežela Cerkniškega jezera



PRENOČIŠČA



TURISTIČNE KMETIJE



PONUDBA HRANE IN PIJAČE

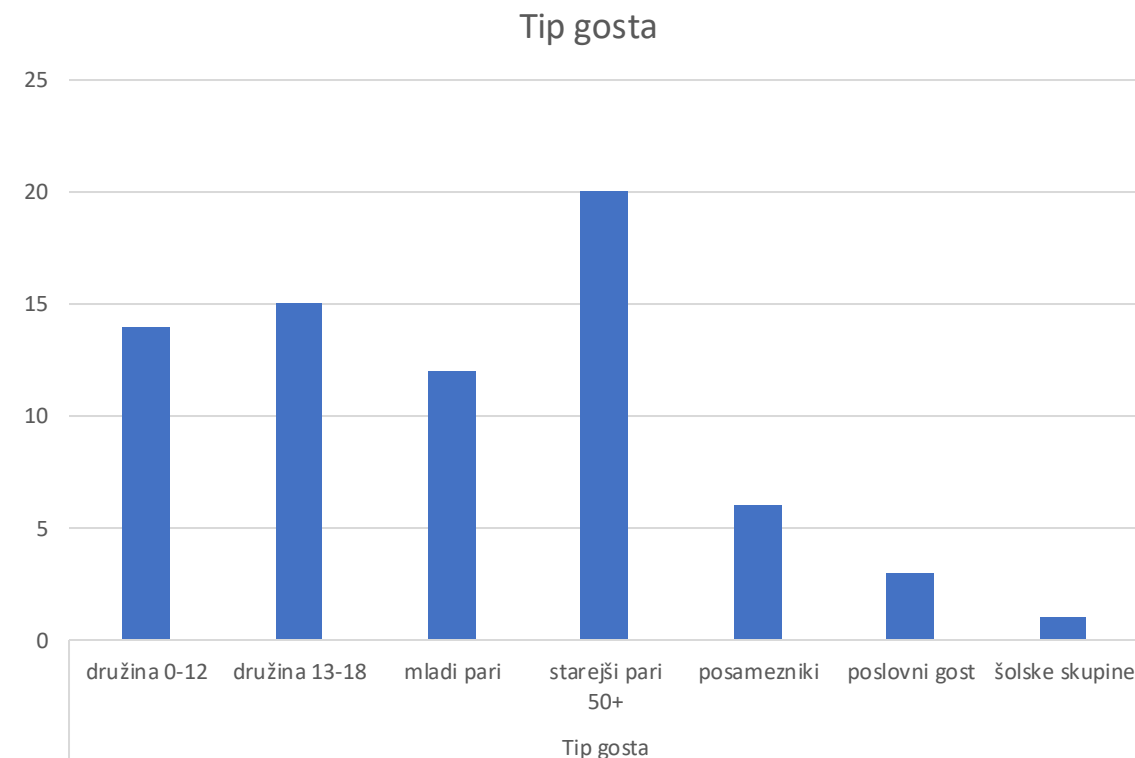


KAMPIRANJE IN AVTODOMI

Prevladujoč tip gosta v NRP

Prevladujejo starejši pari, sledijo družine in mladi pari. Iz tega lahko sklepamo, da smo v povprečju primerni za 45-50+ letno generacijo.

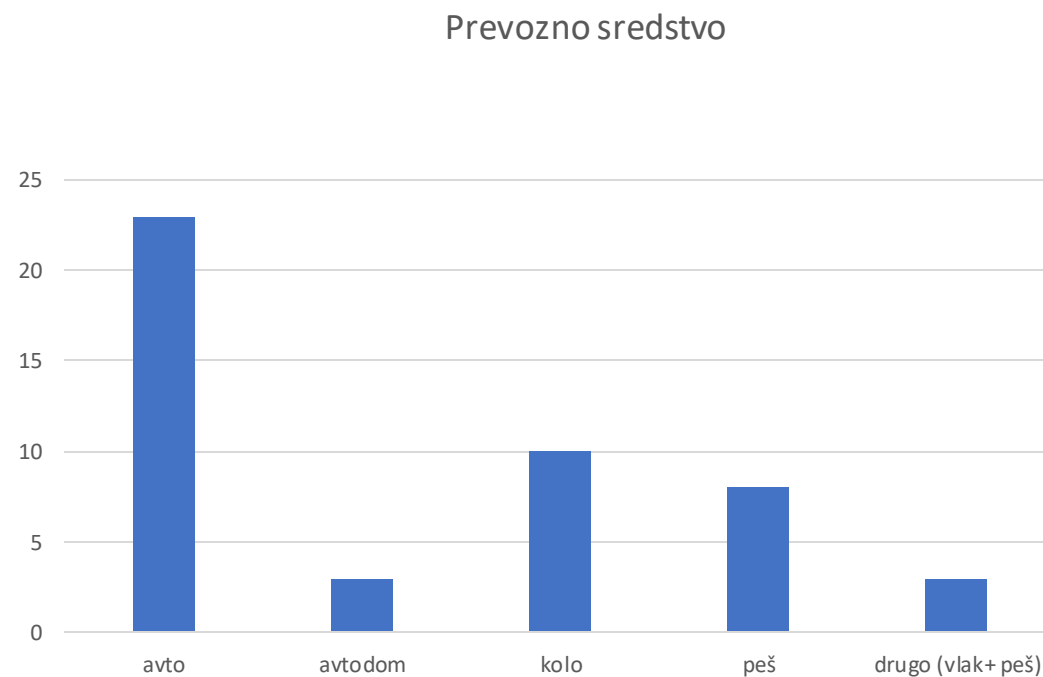
Tip gosta						
Družina (0-12 let)	družina (13-18 let)	mladi pari	Starejši pari (50+ let)	posamezniki	poslovni gost	Šolske skupine
14	15	12	20	6	3	1
58,33%	62,50%	50,00%	83,33%	25,00%	12,50%	4,17%



Uporaba prevoznih sredstev

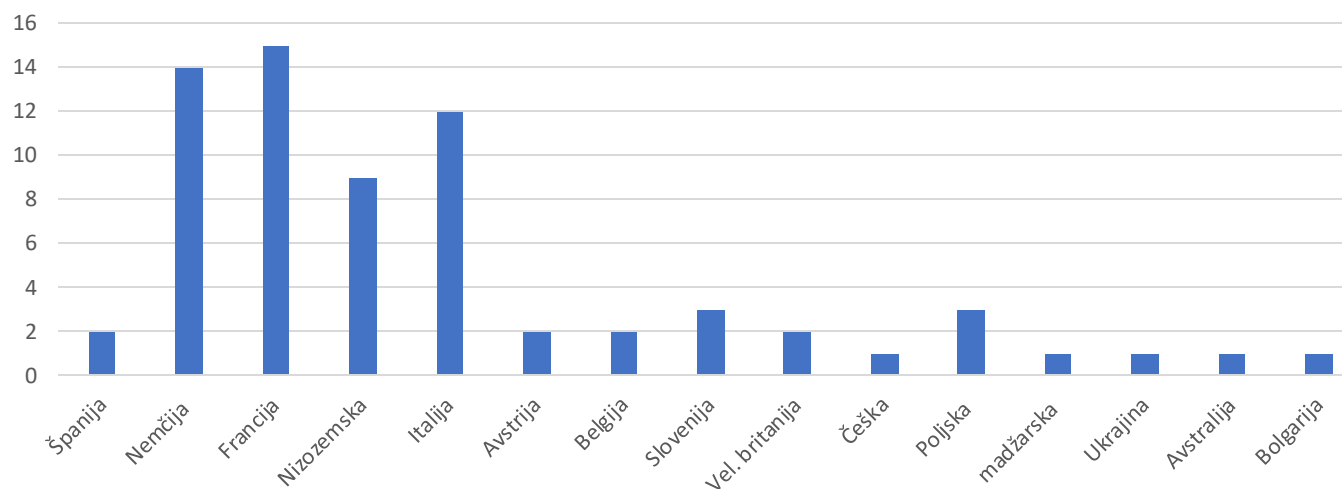
Kot prevozno sredstvo prevladuje avtomobil, narašča kolo in peš. Gostje pogrešajo boljše povezave z javnim prevozom, starejša generacija tudi možnost privatnih prevozov (taxi).

Prevozno sredstvo				
avto	avtodom	kolo	peš	drugo (vlak+peš)
23	3	10	8	3
95,83%	12,50%	41,67%	33,33%	12,50%



Iz katerih držav prihajajo gostje (sezona 2023)

Prevladujejo Benelux države, Francija, Nemčija, Italija (Osrednja Evropa)



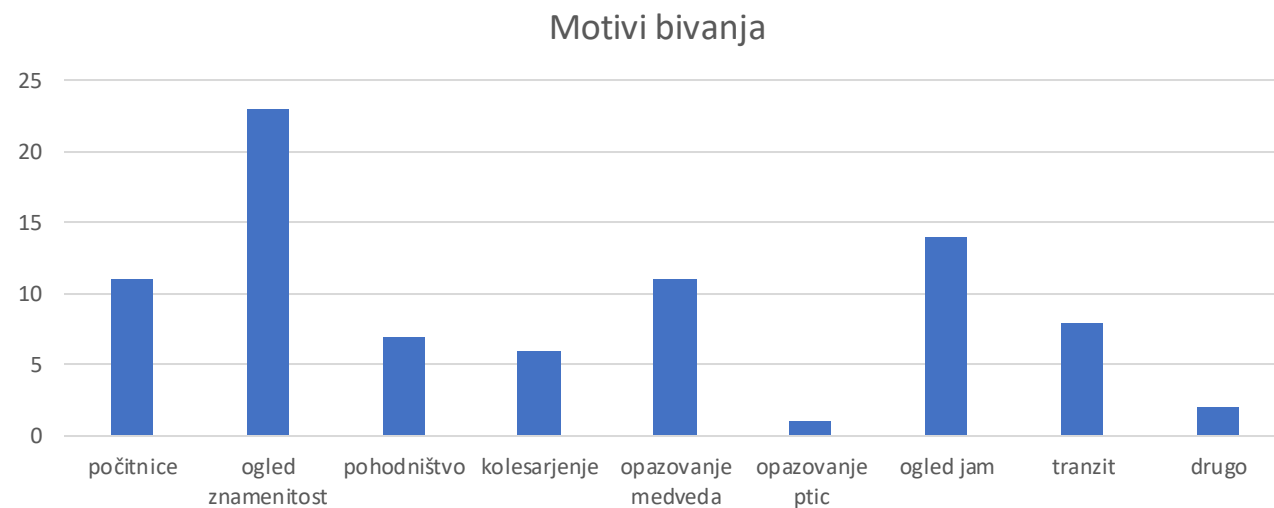
Najpogostejše države prihoda

Španija	Nemčija	Francija	Nizozemska	Italija	Avstrija	Belgija	Slovenija	Velika Britanija	Češka	Poljska	Madžarska	Ukrajina	Avstralija	Bolgarija
2	14	15	9	12	2	2	3	2	1	3	1	1	1	1
8,33%	58,33%	62,50%	37,50%	50,00%	8,33%	8,33%	12,50%	8,33%	4,17%	12,50%	4,17%	4,17%	4,17%	4,17%

Glavni motivi bivanja

Iz anket je razvidno, da se gostje za bivanje pri nas odločajo predvsem zaradi:

- Ogled znamenitosti
- Opazovanje medvedov
- Ogled jam

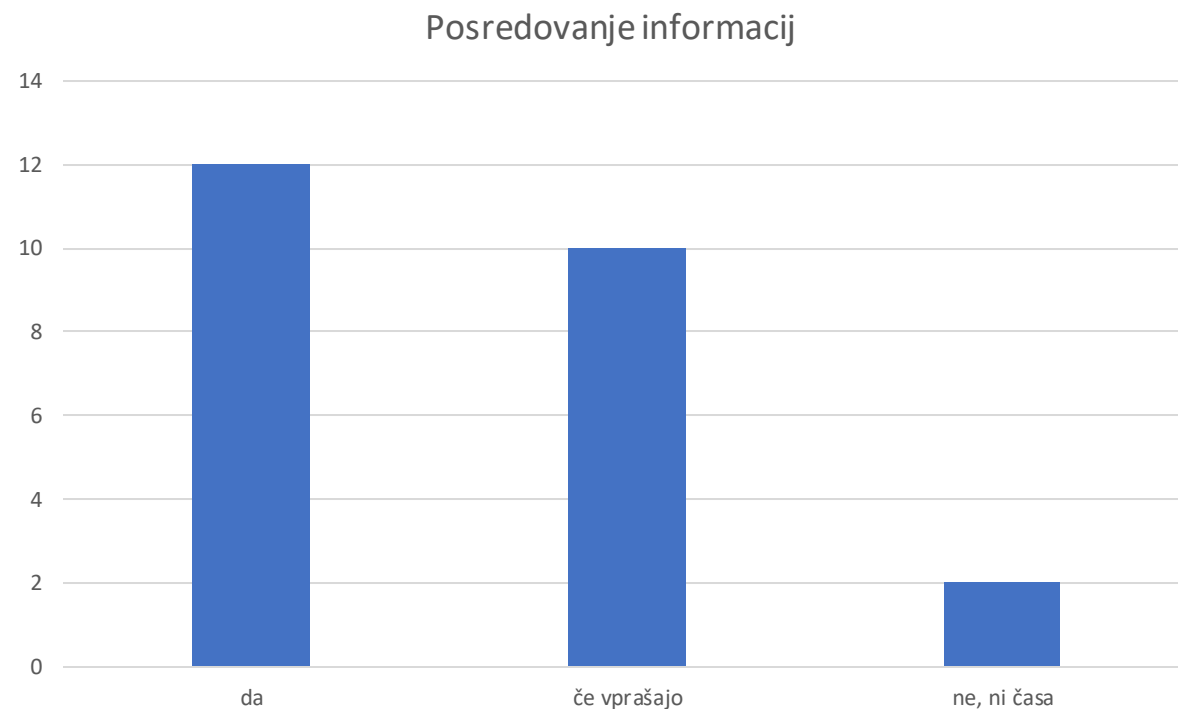


Motivi bivanja								
počitnice	ogled znamenitosti	pohodništvo	kolesarjenje	opazovanje medveda	opazovanje ptic	ogled jam	tranzit	drugo
11	23	7	6	11	1	14	8	2
45,83%	95,83%	29,17%	25,00%	45,83%	4,17%	58,33%	33,33%	8,33%

Ali vnaprej posredujete informacije o doživetjih v NRP

Večina namestitvenih ponudnikov gostom posreduje vsaj osnovne informacije o doživetjih v NRP.

Posredovanja informacij		
da	če vprašajo	ne, ni časa
12	10	2
50,00%	41,67%	8,33%

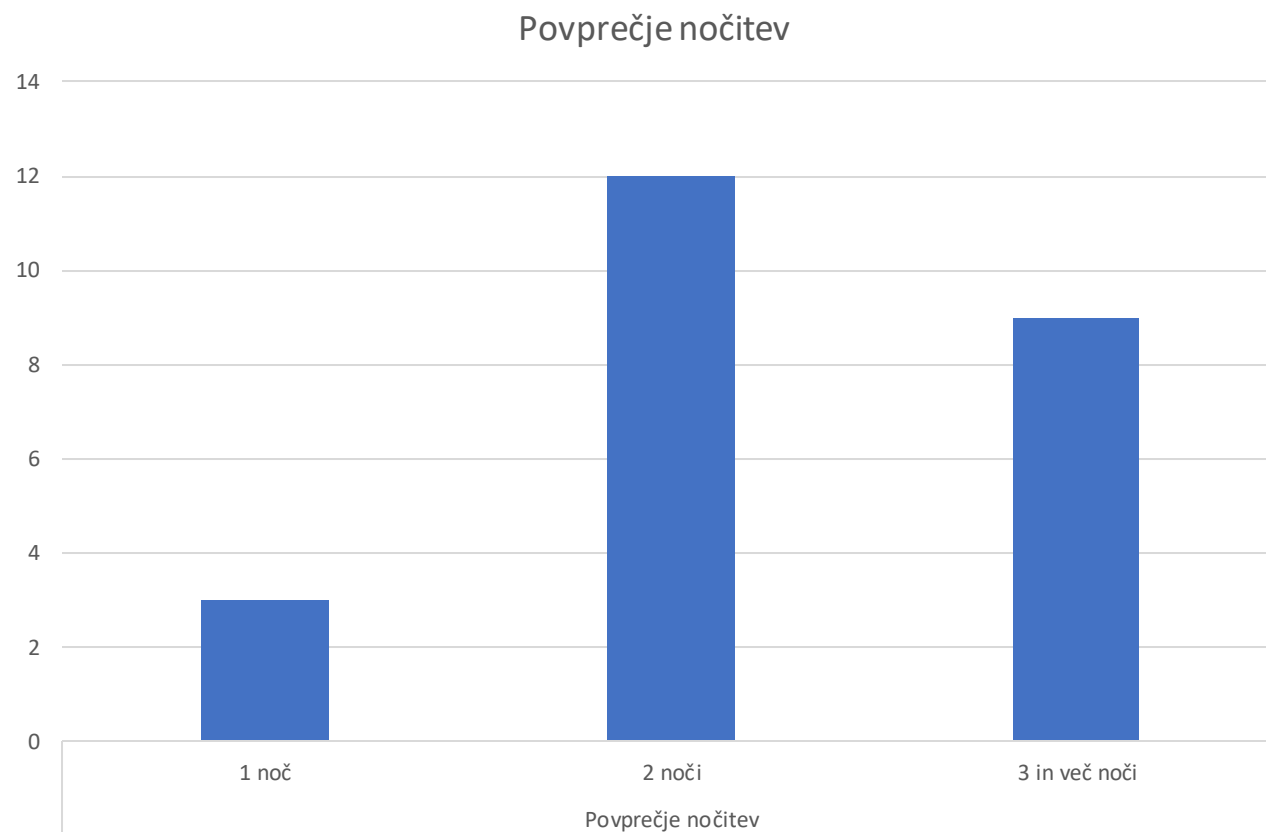


Povprečna dolžina bivanja

V povprečju gostje v namestitvah ostajajo okoli dva dni.

Opazna je razlika, da gostje bivajo dlje časa, če so kmečkih turizmih in v vaseh okoli Cerknice. Gostje, ki bivajo v Cerknici, so predvsem tranzitni.

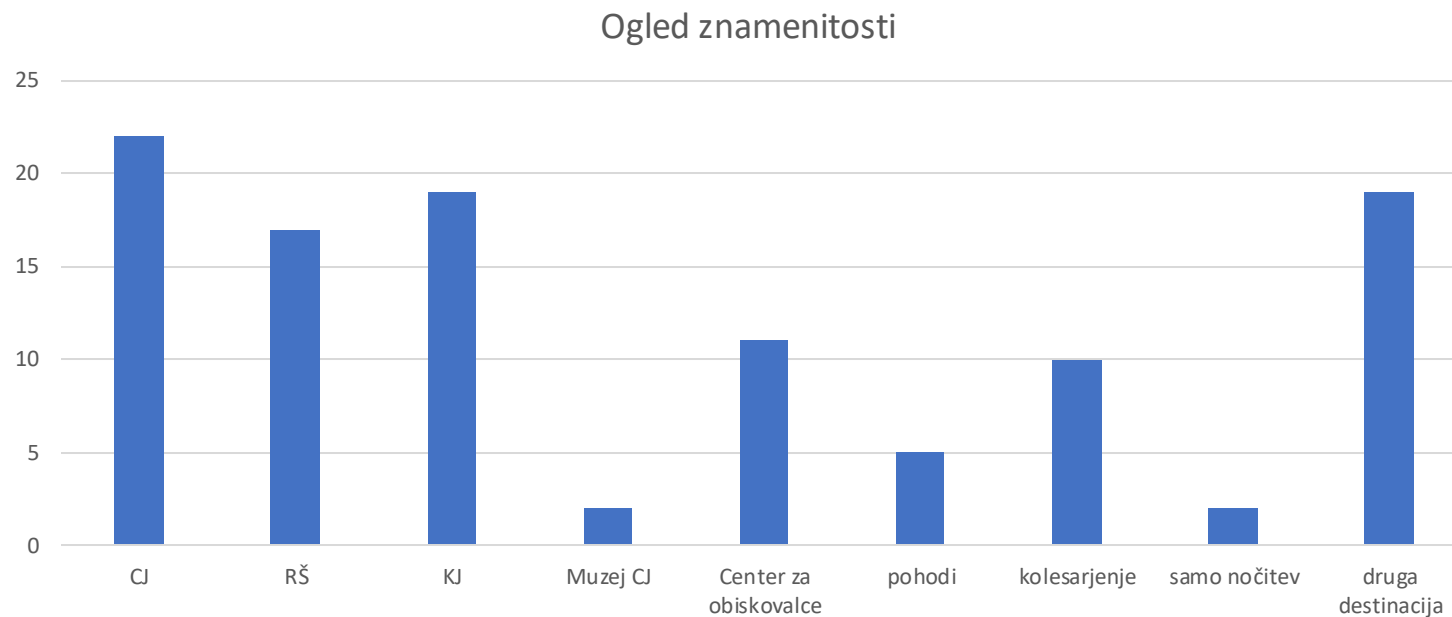
Povprečje nočitev		
1 noč	2 noči	3 in več noči
3	12	9
12,50%	50,00%	37,50%



Katere znamenitosti si ogledajo gostje, ki bivajo v NRP

Gostje si v večini zagotovo ogledajo:

- Cerknško jezero
- Križno jamo
- sledi Rakov Škocjan
- in obisk drugih destinacij



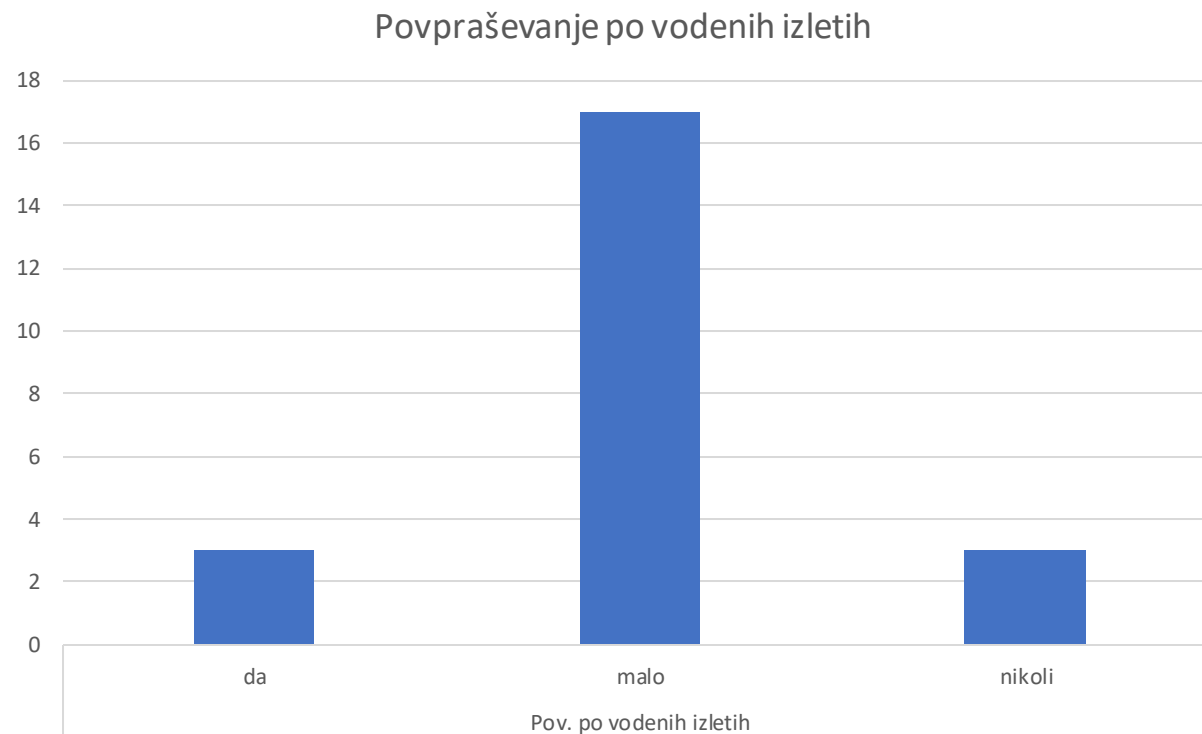
Ogled znamenitosti

Cerkniško jezero	Rakov Škocjan	Križna jama	Muzej C. jezera	Center za obiskovalce	pohodi	kolesarjenje	samo nočitev	druga destinacija
22	17	19	2	11	5	10	2	19
91,67%	70,83%	79,17%	8,33%	45,83%	20,83%	41,67%	8,33%	79,17%

Povpraševanja po vodenih izletih

Povpraševanja po vodenih izletih je malo. Mnenje ponudnikov namestitev je, da si gostje že vnaprej organizirajo svoje bivanje in aktivnosti v destinaciji, ki so jih našli na spletnih mestih in mogoče po priporočilih ostalih oseb.

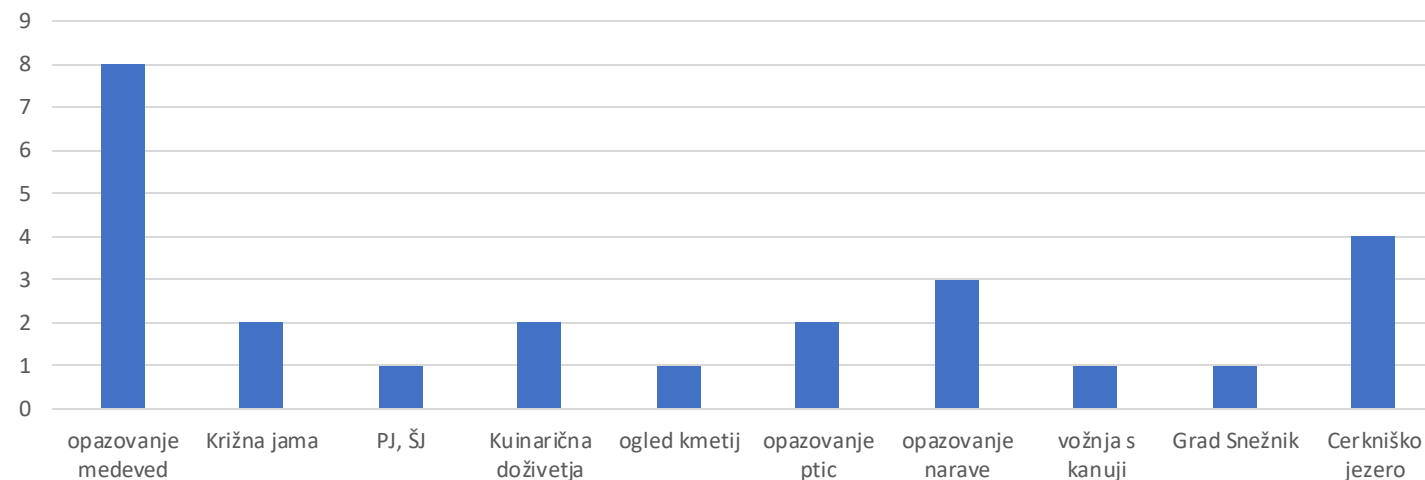
Povpraševanja po vodenih izletih		
da	malo	nikoli
3	17	3
12,50%	70,83%	12,50%



Po katerih vodenih doživetjih povprašujejo gostje?

Gostje se zanimajo za doživetje opazovanja medveda in narave v destinaciji NRP, ogledje jam in samo Cerknjsko jezero.

Povpraševanje po doživetjih



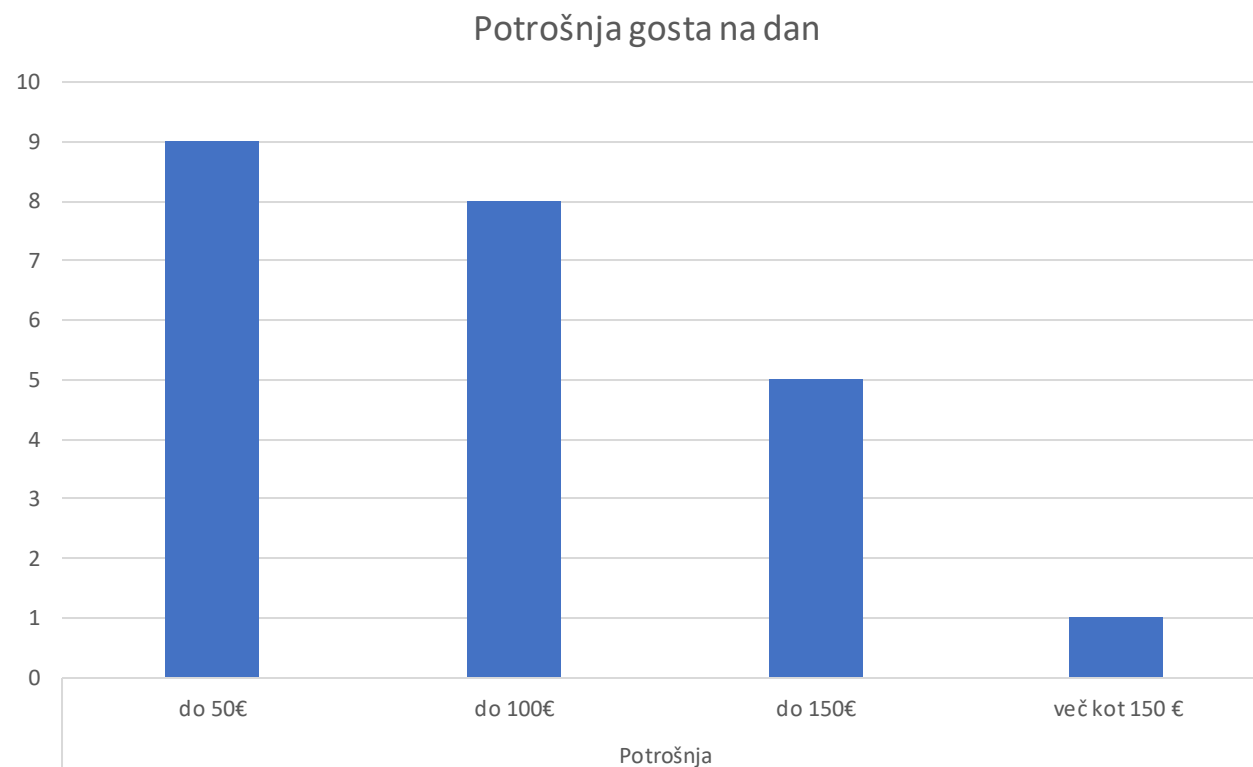
Po katerih doživetjih povprašujejo

opazovanje medveda	Križna jama	Postojnska jama, Škocjanske jame	Kulinarčna doživetja	ogled kmetij	opazovanje ptic	opazovanje narave	vožnja s kanuji	Grad Snežnik	Cerknjsko jezero
8	2	1	2	1	2	3	1	1	4
33,33%	8,33%	4,17%	8,33%	4,17%	8,33%	12,50%	4,17%	4,17%	16,67%

Kolikšna je potrošnja posameznega gosta na dan?

V povprečju gost potroši nekaj manj kot 100 € dnevno.

Dnevna potrošnja			
do 50€	do 100€	do 150€	več kot 150 €
9	8	5	1
37,50%	33,33%	20,83%	4,17%



PRIPOROČILA ZA PRIPRAVO VODENIH DOŽIVETIJ

Ključni povzetki iz anketiranja naših namestitvenih ponudnikov

- Struktura gostov, ki bivajo pri nas: **starejši pari** in **družine**.
- **80% gostov**, ki bivajo pri nas 2 noči ali več, je iz **Francije, Nemčije, Italije, Benelux...** (zahodna/srednja Evropa)
- Ključen motiv za obisk je **ogled naravnih znamenitosti**, kjer prednjačita: Cerknško jezero in Križna jama, sledi Rakov Škocjan.
- Zanimanje za vodena doživetja je zaenkrat nižje – ker so gostje premalo seznanjeni s ponudbo vodenih doživetij.
- Da bi pritegnili te goste, mora biti doživetje nekaj posebnega, unikatnega – nekaj, česar ne more doživeti drugje... Ne zgolj klasično vodenje: že iz opisa doživetja mora biti razvidno, da gre za doživetje - ki je prežeto z lokalnimi, avtentičnimi zgodbami.
- Doživetja morajo biti na voljo **ad hoc**: torej tudi izven rednih urnikov (ponudbe hočejo sedaj in takoj (glede na izkušnje z Opazovanjem medvedov). Velikokrat bi se moralo doživetje izvesti tudi samo za 2 osebi (in to obravnavati kot promocijo).

Ciljne skupine (za koga pripravljate vodena doživetja)

Aktivni nostalgiki: pari (t.i. empty nesters); primarni motiv obiska: stik z naravo; sekundarni motiv: sprememba vsakdana, preživljanje kakovostnega časa s partnerjem. Interesi: narava in kultura (lažje pohodniške in kolesarske aktivnosti, naravni parki in znamenitosti, lokalne prireditve (športne in gurmanske), manjši koncerti.



Aktivne družine: primarni motiv obiska: doživeti nekaj novega; sekundarni motiv: biti aktiven, spoznati naravno okolje. Interesi: športne aktivnosti prilagojene celi družini, aktivno raziskovanje na kolesu.



KAJ PRIPOROČA SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA?

BUTIČNA DOŽIVETJA SESTAVLJAJO SLEDEČI ELEMENTI:

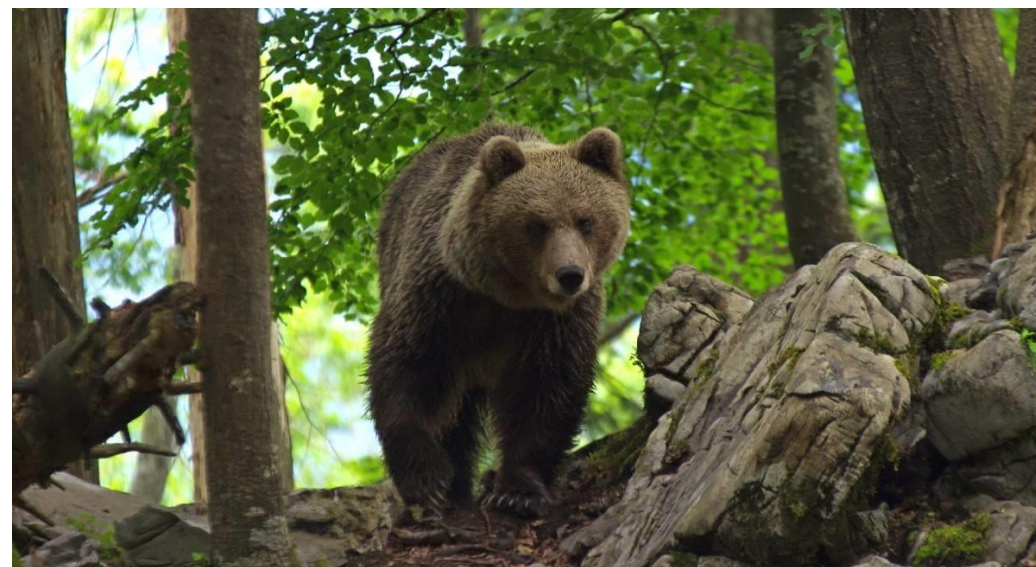
1. **LOKALNO:** Temelji na lokalni identiteti, je zvesto naravi, kulturi in ljudem območja ter skozi zgodbo podpira znamko in identiteto destinacije.
2. **AVTENTIČNO:** Nudi pristno, izvirno izkušnjo, ne kopira in prevzema doživetij od drugih.
3. **EDINSTVENO:** Ima element edinstvenosti in valorizira najbolj edinstvene prodajne priložnosti ponudnika oziroma destinacije.
4. **IZKUSTVENO:** Ima močno izraženo doživljajsko noto, obiskovalca nagovarja tudi na čustveni in izkustveni ravni.
5. **ZELENO:** Zagotavlja vse temeljne elemente trajnostnega delovanja.
6. **BUTIČNO:** Obiskovalcu nudi občutek individualnosti in butičnosti.
7. **PREMIUM:** Zagotavlja premium kakovost – jamči visoko kakovostno izvedbo na celotni nakupni poti.
8. **DODANA VREDNOST:** Zaradi močne izkustvene note in močnega angažiranja ljudi doživetje ustvarja višjo dodano vrednost in nagovarja obiskovalca, ki je za posebno doživetje pripravljen plačati tudi nekaj več.
9. **DESEZONALIZACIJA:** Prizadevamo si, da doživetja z dobrimi vsebinami motivirajo turiste k obisku izven poletja ter da z ne množično ponudbo razbremenjujemo močne turistične tokove predvsem v vrhuncu sezone.
10. **DOBRA DIGITALNA IZKUŠNJA:** Na prijaviteljevi spletni strani je zagotovljena kakovostna predstavitev doživetja, ki je informativna, omogoča preprost in tekoč postopek rezervacije, in je na voljo vsaj v slovenskem in angleškem jeziku.

IDEJE!

[Dr. Fungi: Gremo mi po gobe](#)



[Spoznajte medveda](#)



IDEJE!

Zveni po praznikih



Zeliščna čarovnija v Savinjski dolini



PREJEMNIKI NAGRADE ZA 2023 – ŠALEŠKA DOLINA!

[Skrivnosti potopljenih vasi](#)



<https://www.slovenia.info/sl/dozivetja/edinstvena-dozivetja-slovenije>

