

IZSLEDKI RAZISKAV OB VSTOPU KRANJA V ZELENO SHEMO SLOVENSKEGA TURIZMA

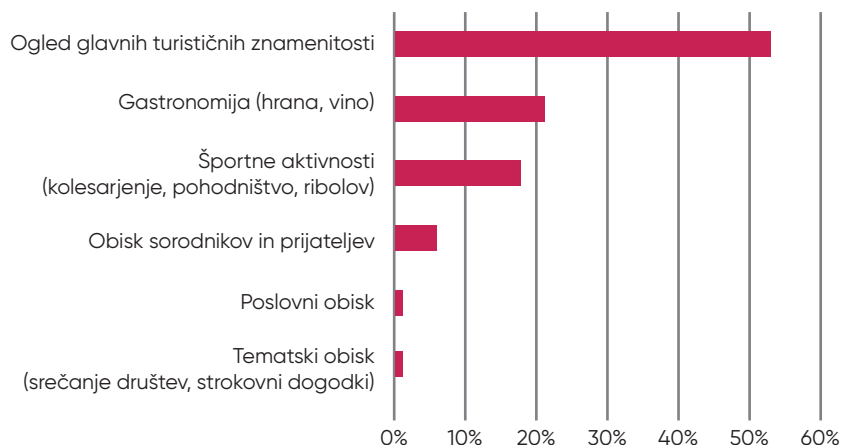
Pomemben korak k bolj trajnostno naravnemu turizmu je tudi tesnejši stik s ponudniki, občani in obiskovalci. V ta namen je Zavod za turizem in kulturo Kranj izvedel tri ankete, ki jih je od aprila do septembra 2020 izpolnilo 53 turističnih ponudnikov, 345 domačinov in 119 obiskovalcev. Rezultati prinašajo dobra izhodišča za nadaljnji razvoj.



Turiste najbolj prevzamejo razgledi

Na anketo med domačimi in tujimi obiskovalci so vprašani odgovarjali na različnih lokacijah v Kranju. Poleg Slovencev (4% vseh anketiranih obiskovalcev) so na anketo odgovarjali tudi tujci (96% obiskovalcev) iz zelo pestrega nabora držav, največ iz Nemčije, Francije, Madžarske in Nizozemske, ki so k nam pripotovali iz ostalih slovenskih destinacij. Od 119 obiskovalcev mesta jih je prenočilo kar 87% vprašanih.

Glavni motiv prihoda v destinacijo



Potrošnja

Med obiskovalci, ki prespijo v destinaciji in tistimi, ki ne, je le manjša razlika. Na splošno pa obiskovalci potrošijo med 25 in 100 € na dan/osebo. Največji delež zneska se nameni nočitvam (29%) in kulinariki (27%).

Zadovoljstvo obiskovalcev

Z obiskom destinacije je bilo zelo zadovoljnih 96% anketiranih. Obiskovalce mesta najbolj prevzame:

- obkroženost mesta z lepimi razgledi na gore,
- šarm starega mestnega jedra s prijetno atmosfero, prijaznimi ljudmi, kavarnami in razgibano arhitekturo,
- kanjon reke Kokre,
- med znamenitostmi izpostavljajo Pungart, Layerjevo hišo in zgodbe o Prešernu.

Kaj bi izboljšalo turistično izkušnjo?

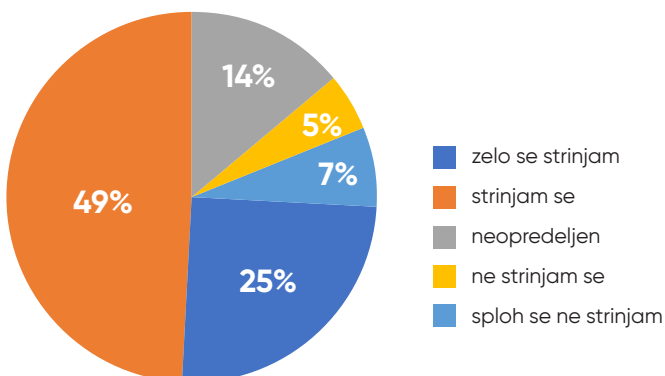
Staro mestno jedro bi bilo obiskovalcem še privlačnejše

- če bi bila ponudba v trgovinah in restavracijah pestrejša,
- če bi bile nekatere mestne znamenitosti bolj dostopne (cerkev, kostnica),
- če bi bilo več možnosti za preživljanje prostega časa v primeru dežja,
- če bi bili smerokazi za kolesarske poti bolj vidni,
- če bi bilo več možnosti za zabavo.

Prebivalci Kranja podpirajo razvoj turizma

Rezultati ankete med domačini so pokazali, da večina vprašanih podpira turistični razvoj (88% od 345 anketiranih). Na splošno turizem prinaša ugoden utrip, ki si ga v prostem času želijo tudi domačini – vlaganje v kulturno dediščino in ohranjanje narave, dogodki, možnost za rekreacijo in razvedrilo, trgovine višjega cenovnega razreda in restavracije z bolj kvalitetno kulinariko. Želijo pa si še intenzivnejšega delovanja na področju razvoja turizma s strani občine in Zavoda za turizem in kulturo Kranj.

Od turizma in turistov ima lokalna skupnost korist



V Kranju turizem zaenkrat ni moteč, nasprotno, večina vprašanih meni, da bi lahko mesto na letni ravni obiskalo več turistov in da potrebujemo več turistične infrastrukture.

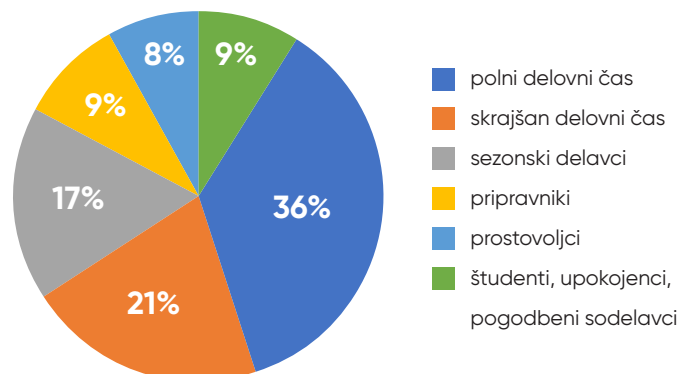
Nekaj zanimivih podatkov:

- 80% anketiranih meni, da turizem pozitivno vpliva na lokalno identiteto, kulturo in dediščino destinacije Kranj,
- zaradi turistične infrastrukture se 63% anketirancem Mestna občina Kranj zdi lepša,
- 57% vprašanih meni, da bi bilo bolje vlagati v turizem kot v druge gospodarske panoge,
- 73% anketiranih pripisuje razlog za boljšo prodajo lokalnih proizvodov in pridelkov turizmu.

Turistični ponudniki se vse bolj usmerjajo trajnostno

Na anketo se je odzvalo 53 ponudnikov, med njimi se jih 35% ukvarja z gostinstvom, 21% z nastanitvami, ostali prihajajo iz drugih podpornih dejavnosti kot so ponudba rekreacije, zabave in kulturnih dogodkov. Vprašanja, namenjena turističnim ponudnikom, so se osredotočala predvsem na področja, kjer ponudniki že delujejo trajnostno.

Zaposleni v turističnih dejavnostih



Nekaj zanimivih podatkov:

- 100% jih nabavlja blago, hrano in pijačo na območju manjšem od 50 km (lokalno),
- 94% jih uporablja razsvetljavo z nizko porabo energije,
- 97% jih ločuje odpadke,
- 43% jih je sprejelo ukrepe na področju varčevanja z vodo,
- 26% jih reciklira vodo,
- 22% je vključenih v sheme blaženja podnebnih sprememb,
- 16% jih uporablja obnovljive vire energije.

Turistični ponudniki si na splošno želijo več povezovanja in medsebojnega sodelovanja. Pri sodelovanju z ZTKK so najbolj zadovoljni s študijskimi turami za agencije in novinarje, turističnimi vodenji, promocijo na FB in Instagramu ter posredovanju namestitev.