



STRUKTURA IN ZADOVOLJSTVO OBISKOVALCEV MARIBORA

Naročnik: Zavod za turizem Maribor
Pripravil: Aragon, d.o.o.

Avgust 2026

1 | RAZISKOVALNI
NAČRT

2 | STRUKTURA
OBISKOVALCEV

3 | STRUKTURA
OBISKA

4 | MOBILNOST

5 | POTROŠNJA
OBISKOVALCEV

6 | ZADOVOLJSTVO
OBISKOVALCEV

7 | PRIPOROČILO IN
LOJALNOST

8 | TRAJNOSTNI TURIZEM

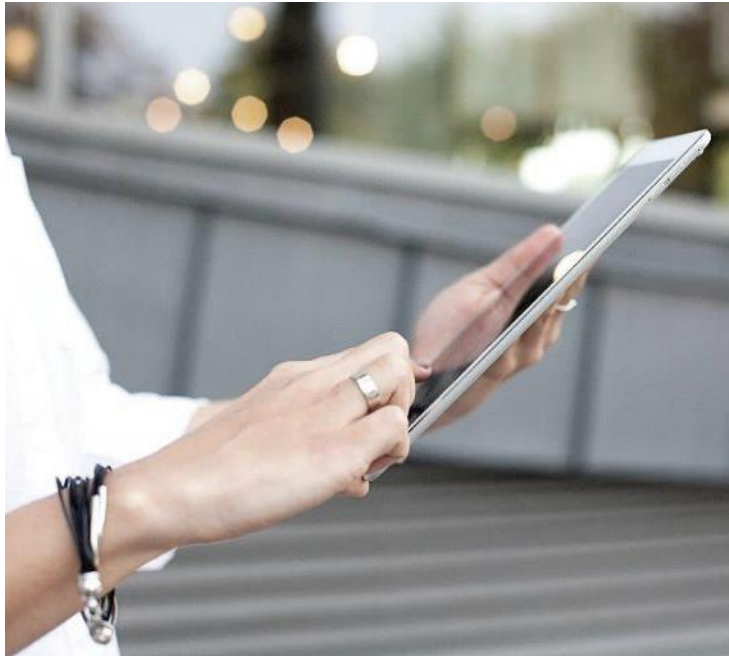
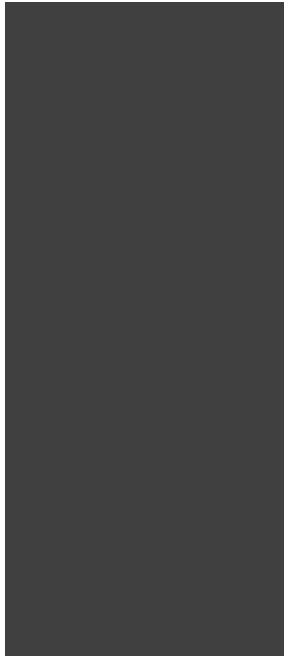
9 | OBREMENITEV
DESTINACIJE

10 | POVZETEK

VSEBINA



RAZISKOVALNI NAČRT



RAZISKOVALNI NAČRT

PRESTREZANJE OBISKOVALCEV

METODA	Računalniško podprto osebno anketiranje (CAPI)
VZORČNI OKVIR	Obiskovalci na 5-ih lokacijah v Mestni občini Maribor: • TIC Maribor • Hiša Stare trte, Lent • Glavni trg – Poštna ulica • Grajski trg – Slovenska ulica • Spodnja postaja vzpenjače
CILJNA SKUPINA	Osebe stare 15 let in več Turistični obiskovalci MoM
VELIKOST VZORCA	N = 805
ČASOVNI OKVIR	04. avgust – 12. avgust 2026 (5 dni, od 10:00 do 18:00)

S kvantitativno raziskavo pridobivamo:

- podatke z uporabo strukturiranega vprašalnika
- podatke na večjem vzorcu, ki jih lahko posplošimo na populacijo
- odgovore na vprašanja tipa "Koliko?"

RAZISKOVALNI NAČRT

CILJI RAZISKAVE

Naročnik želi s pomočjo raziskave preveriti:



STRUKTURA OBISKOVALCEV

Kakšna je struktura obiskovalcev Mestne občine Maribor?



MOBILNOST

Na kakšen način so obiskovalci prispeli v Maribor ter katere oblike prevoza uporabljajo med obiskom mesta.



POTROŠNJA OBISKOVALCEV

Kakšna je potrošnja obiskovalcev Mestne občine Maribor?



ZADOVOLJSTVO OBISKOVALCEV

Kako so uporabniki storitev/ponudbe na območju Mestne občine Maribor na splošno zadovoljni ter kako so zadovoljni s ponudbo oz. storitvami?



PRIPOROČILO in LOJALNOST

Kako verjetno bi obiskovalci priporočili obisk Mestne občine Maribor bližnjim? Bi si želeli še kdaj obiskati Maribor?



TRAJNOSTNI TURIZEM

V kolikšni meri MoM spodbuja obiskovalce k trajnostnemu delovanju? Kakšen delež obiskovalcev MoM pozna slovensko znamko Slovenia Green?



OBREMENITEV DESTINACIJE

Kako obiskovalci čutijo obremenjenost mesta in ali obremenjenost vpliva na njihovo splošno izkupnjo obiska?



STRUKTURA OBISKOVALCEV

STRUKTURA OBISKOVALCEV

SPOL



Med sodelujočimi v raziskavi je bilo v tokratnem merjenju 52% moških in 48% žensk.



ŽENSKE

48%

2025

52%

MOŠKI

52%

2025

48%

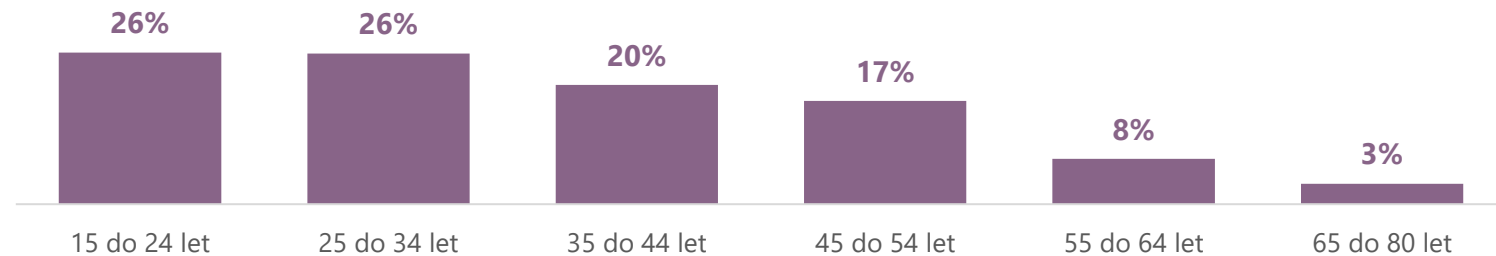
STRUKTURA OBISKOVALCEV

STAROST



Polovica (51%) obiskovalcev Maribora je mlajša od 35 let. 38% obiskovalcev je starih med 35 in 54 let, medtem ko je med obiskovalci zgolj 11% starejših od 55 let.

V primerjavi z lanskim letom ne prihaja do pomembnih (statistično značilnih) razlik v starostni strukturi obiskovalcev.



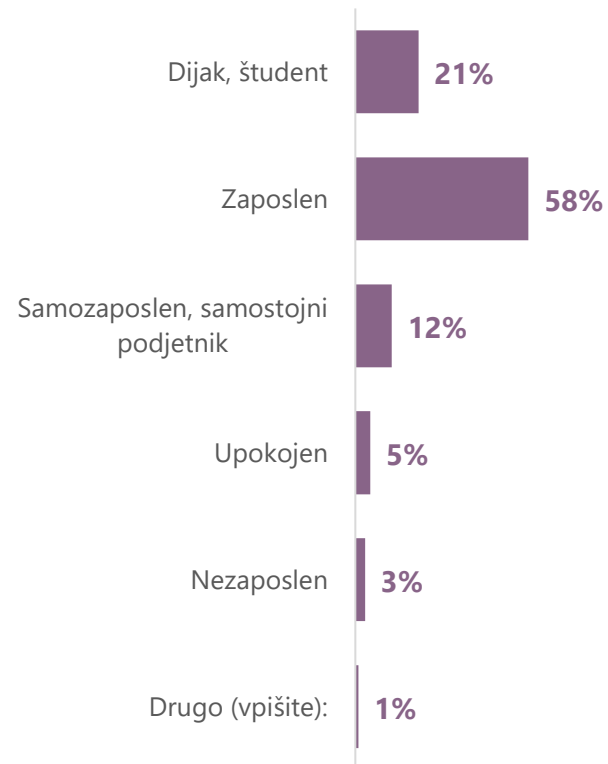
STRUKTURA OBISKOVALCEV

STATUS



Večina obiskovalcev Maribora je delovno aktivnih, sledijo dijaki oz. študenti in upokojeni.

V primerjavi z lanskim letom ne prihaja do pomembnih (statistično značilnih) razlik v strukturi obiskovalcev glede na njihov status.



STRUKTURA OBISKOVALCEV

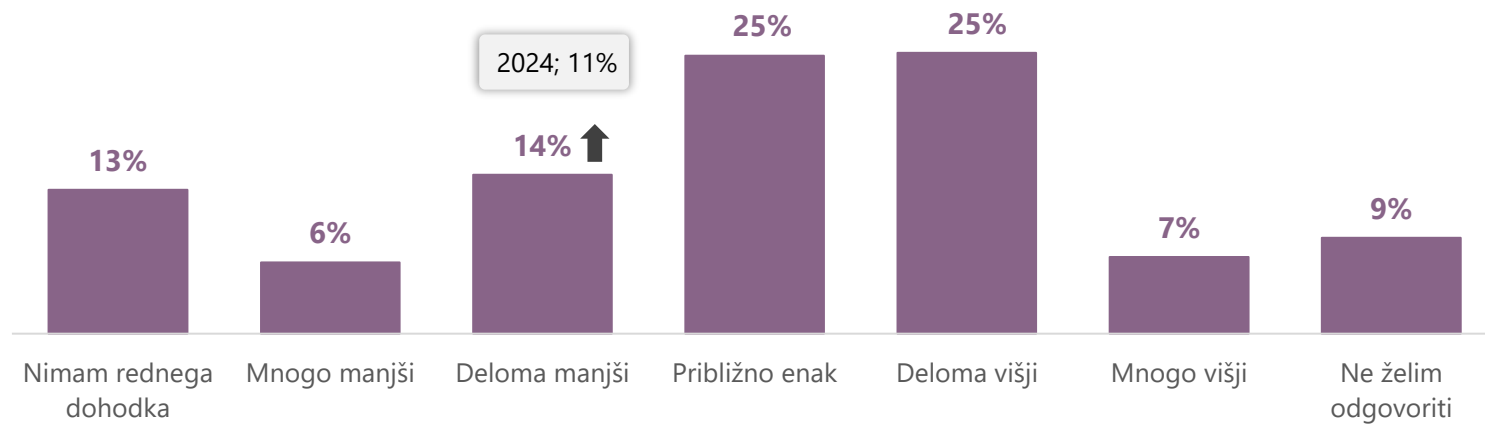
DOHODEK



Tretjina turistov (32%) poroča, da je njihov neto dohodek višji od povprečja države, iz katere prihaja. 20% obiskovalcev poroča, da je njihov dohodek nižji, medtem ko ima četrtna obiskovalcev (25%) povprečni dohodek. 13% obiskovalcev nima rednih prihodkov.

V primerjavi z lanskim letom je tokrat več obiskovalcev, ki poroča o deloma manjšem dohodku glede na povprečje države.

Q: Če primerjate svoj osebni mesečni NETO dohodek s povprečnim mesečnim dohodkom v vaši državi prebivanja, ali bi dejali, da je vaš osebni mesečni dohodek...



↕ Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

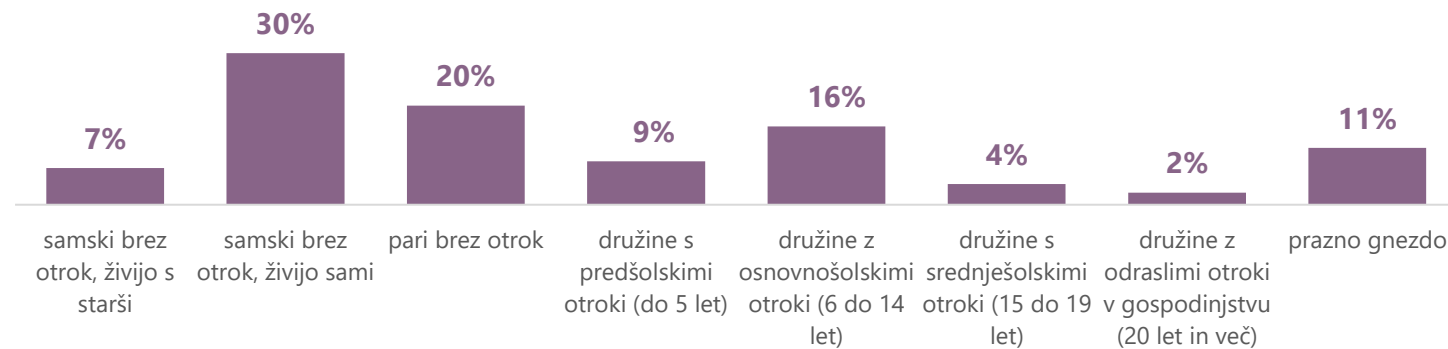


STRUKTURA OBISKOVALCEV ŽIVLJENJSKI CIKEL GOSPODINJSTVA



Največ obiskovalcev Maribora je samskih brez otrok, kateri živijo sami v gospodinjstvu (30%) ali parov brez otrok (20%).

31% obiskovalcev Maribora predstavljajo družine z otroki. V primerjavi z lanskim letom ne prihaja do pomembnih (statistično značilnih) razlik v strukturi obiskovalcev.



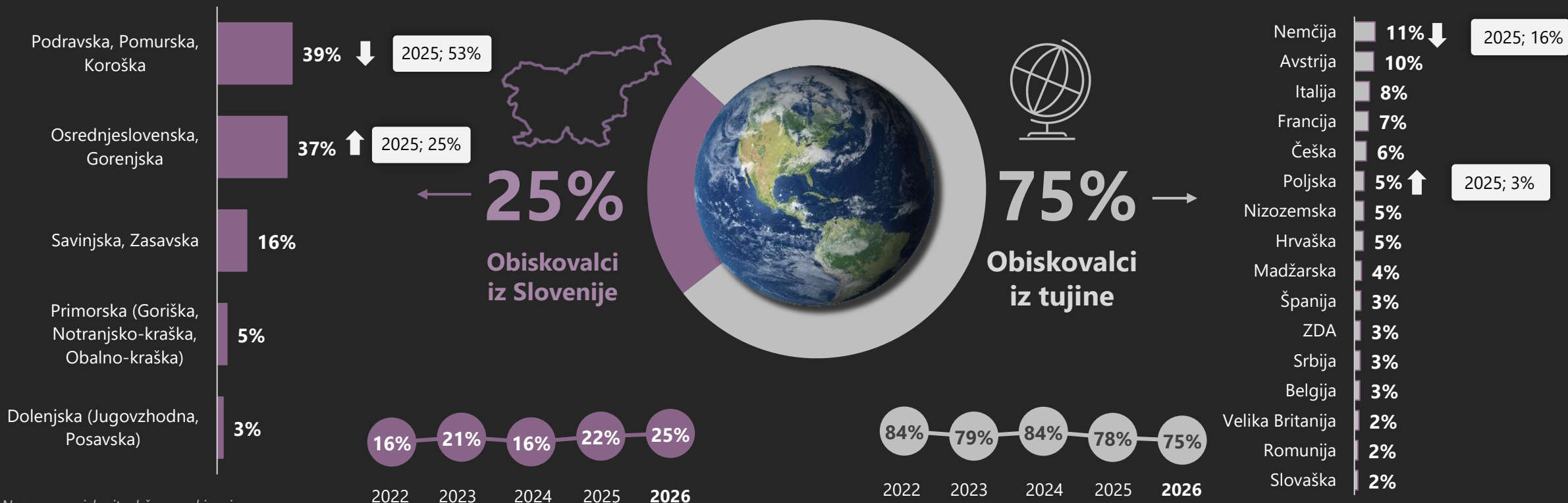
STRUKTURA OBISKOVALCEV

DRŽAVA PREBIVANJA

Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.

V tokratnem merjenju je bilo v Mariboru več slovenskih obiskovalcev (25% vs. 22% v 2025). Le-ti v največji meri prihajajo iz Štajerske regije (Podravske, Pomurske, Koroške regije) in Osrednjeslovenske / Gorenjske regije. Glede na preteklo leto je v letošnjem letu zaznati višji delež obiskovalcev iz Osrednjeslovenske/Gorenjske regije, medtem ko nižji delež obiskovalcev iz Štajerske regije.

Med tujimi obiskovalci Maribora je v letošnjem letu največ nemških (11%) in avstrijskih (10%) obiskovalcev. V primerjavi s preteklim merjenjem je opaziti nižji delež nemških obiskovalcev, medtem ko višji delež obiskovalcev s Poljske.





STRUKTURA OBISKA

STRUKTURA OBISKA NAMEN OBISKA



Podobno kot leto poprej je tudi v 2026 velika večina obiskovalcev Maribor obiskala zasebno. 12% obiskovalcev je Maribor obiskalo zaradi poslovnih razlogov. Glede na leto 2025 je delež obiskovalcev, katerih primarni namen obiska je poslovne narave, značilno višji.

Zasebni obiskovalci Maribor v največji meri obišejo zaradi mestnega oddiha, poslovni obiskovalci pa zaradi seminarja/izobraževanja kongresa ali obiska poslovnega partnerja.

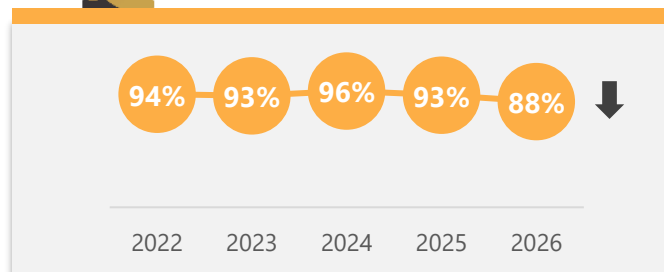
PRIMARNI NAMEN OBISKA

Statistično značilne razlike v času 2025-2026.



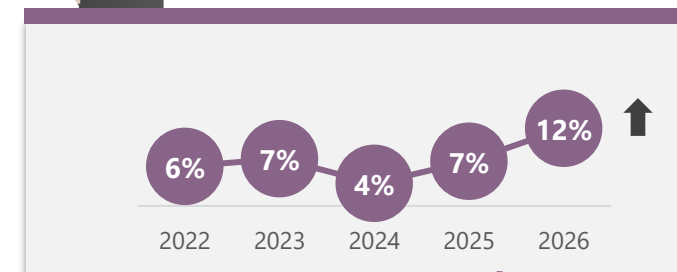
ZASEBNE NARAVE

88%

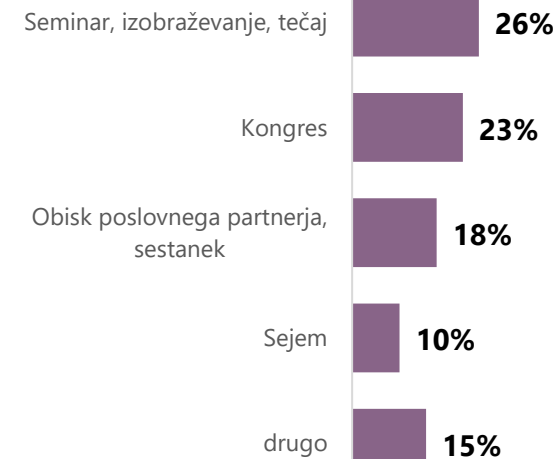


POSLOVNE NARAVE

12%



GLAVNI RAZLOG OBISKA



STRUKTURA OBISKA

RAZLOG ZA OBISK

MARIBORA



Obiskovalci Maribor v največji meri obiščejo zaradi mestnega oddiha. Glede na njihov interes Maribor obiščejo tudi zaradi ogleda znamenitosti/mesta, obiska sorodnikov in prijateljev, poslovnega obiska ter zaradi športnega udejstvovanja. Ostale aktivnosti so kot glavni razlog izpostavljene pri 5 % obiskovalcev ali manj.

GLAVNI RAZLOG OBISKA



PRIMARNI NAMEN OBISKA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Zasebni obiskovalci Maribora se v večji meri stari med 35 in 54 ter tujci. Poslovni obiskovalci Maribora pa so v večji meri mlajši obiskovalci (15-34 let), obiskovalci z nižjimi dohodki in Slovenci.

Q: Ali je vaš primarni namen obiska Maribora...

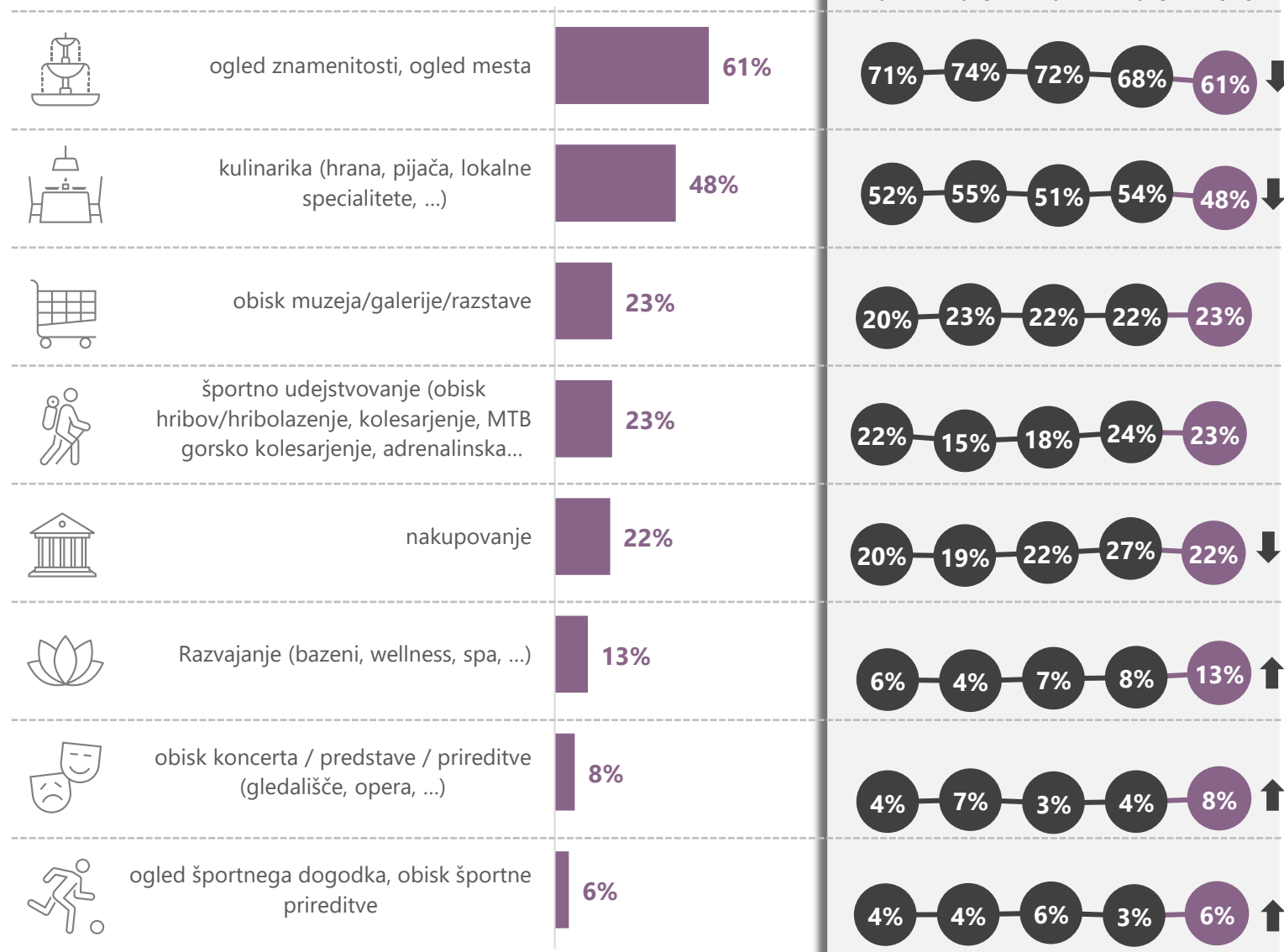
TOTAL		SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci
	ZASEBNO	86%	90%	83% ↓	93% ↑	93%	90%	78% ↓	89%	90%	82% ↓	90% ↑
	POSLOVNO	14%	10%	17% ↑	7% ↓	7%	10%	22% ↑	11%	10%	18% ↑	10% ↓

STRUKTURA OBISKA

AKTIVNOSTI MED OBISKOM MARIBORA



Največ obiskovalcev Maribora si med svojim obiskom namerava ogledati mesto in njegove znamenitosti ter uživati v kulinariki. V primerjavi s preteklim merjenjem je opaziti bistveno višji interes za razvajanje, obisk koncerta in ogled športnega dogodka/obisk športne prireditve, medtem ko je opaziti bistveno nižji interes za ogled znamenitosti, kulinariko in nakupovanje.



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

STRUKTURA OBISKA

AKTIVNOSTI MED OBISKOM PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Ko gre za obisk Maribora se ne glede na demografsko strukturo obiskovalci najpogosteje odločajo za ogled mestnih znamenitosti in kulinarična doživetja. Tem sledijo obisk kulturnih ustanov, kot so muzeji, galerije in razstave, športno udejstvovanje ter nakupovanje.

Q: Na seznamu označite vse aktivnosti, ki jih nameravate početi (oz. ste jih že počeli) tekom vašega obiska Maribora.

	TOTAL	 SPOL		 STAROST			 DOHODEK				 SLO / TUJCI		 PRIMARNI NAMEN	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave
ogled znamenitosti, ogled mesta	61%	55% ↓	68% ↑	57% ↓	68% ↑	57%	54%	57%	56%	69% ↑	38% ↓	69% ↑	66% ↑	36% ↓
kulinarika (hrana, pijača, lokalne specialitete, ...)	48%	49%	47%	44% ↓	57% ↑	38% ↓	39% ↓	41% ↓	48%	57% ↑	46%	49%	52% ↑	31% ↓
obisk muzeja/galerije/razstave	23%	21%	25%	24%	19% ↓	31% ↑	18%	21%	28%	22%	18% ↓	25% ↑	22%	22%
športno udejstvovanje (obisk hribov/hribolazenje, kolesarjenje, MTB gorsko kolesarjenje, adrenalinska doživetja, ipd.)	23%	25%	21%	25%	21%	17%	22%	18%	29%	24%	25%	22%	23%	26%
nakupovanje	22%	19% ↓	25% ↑	23%	23%	18%	22%	19%	19%	23%	22%	22%	22%	17%
razvajanje (bazeni, wellness, spa, ...)	13%	14%	12%	16%	10%	11%	15%	15%	11%	12%	13%	13%	12% ↓	22% ↑
obisk koncerta / predstave / prireditve (gledališče, opera, ...)	8%	9%	7%	12% ↑	4% ↓	4%	9%	12% ↑	10%	4% ↓	9%	7%	5% ↓	22% ↑
ogled športnega dogodka, obisk športne prireditve	6%	8% ↑	3% ↓	7%	4%	4%	8%	9%	5%	4%	6%	5%	4% ↓	12% ↑

STRUKTURA OBISKA

PRIHOD V MARIBOR



Velika večina obiskovalcev je Maribor obiskala v lastni organizaciji, medtem ko je v raziskavi sodelovalo 7% obiskovalcev, ki so organizacijo svojega obiska prepustili turistični agenciji, klubu ali društvu. Glede na preteklo leto je opaziti značilno višji delež obiskovalcev, ki je Maribor obiskal organizirano.

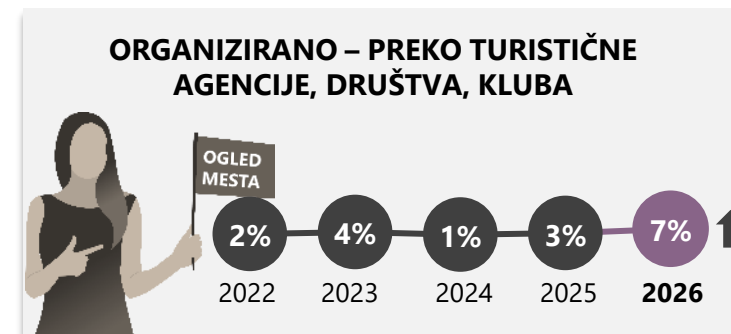
Manjšina potuje sama (12%), slaba tretjina potuje v paru, medtem ko dobra polovica obiskovalcev potuje v skupini treh oseb ali več (58%). Najpogosteje obiskovalci potujejo skupaj s partnerjem. V primerjavi s preteklim letom več obiskovalcev potuje v skupini 3 do 4 oseb.

Q: Ali ste v Maribor prišli v lastni organizaciji ali organizirano?

Q: Koliko oseb je z vami v Mariboru? Katere osebe so z vami v Mariboru?

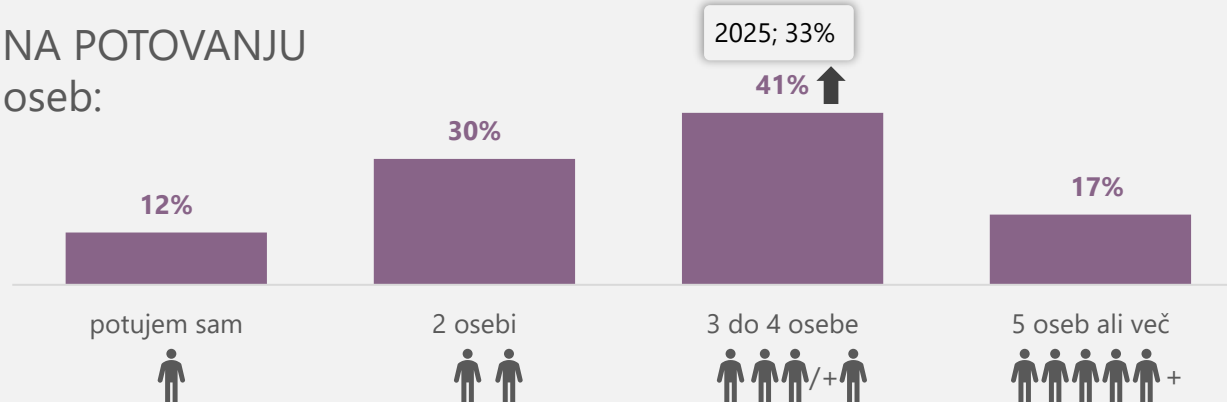
NAČIN POTOVANJA

Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.

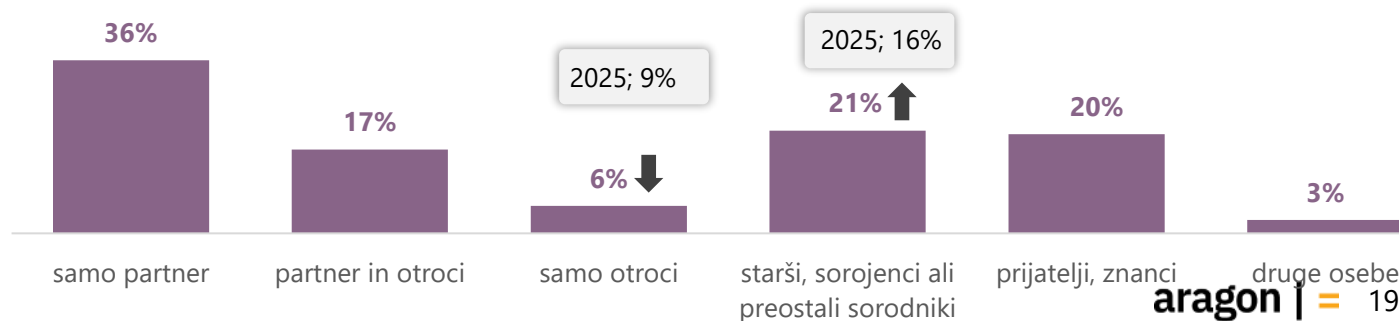


OSEBE NA POTOVANJU

Število oseb:



Katere osebe:



STRUKTURA OBISKA NOČITEV V MARIBORU

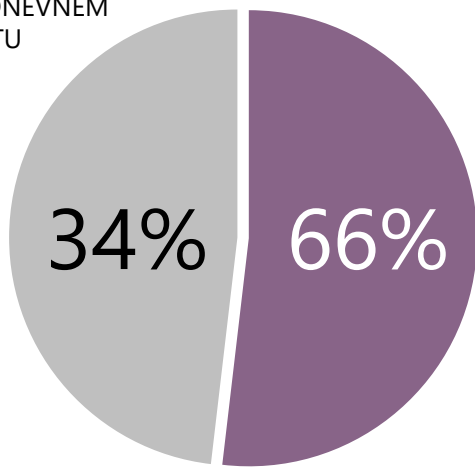


Dve tretjini obiskovalcev bosta v Mariboru prenočili vsaj 1 noč, kar je značilno več kot v preteklem letu, ko je tam prenočila dobra polovica obiskovalcev.

Polovica obiskovalcev (52%) ostane v mestu največ 2 noči. Petina poroča o treh nočitvah, skoraj 30 % pa o štirih nočitvah ali več

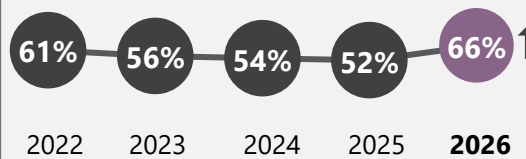
Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.

BREZ NOČITVE / SEM
SAMO NA DNEVNEM
IZLETU



VSAJ 1
NOČITEV

% VSAJ 1 NOČITEV



1 nočitev



2 nočitvi



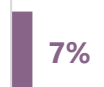
3 nočitve



od 4 do 7 nočitev



več kot 7 nočitev



Q: Koliko noči ste oz. boste vse skupaj prenočili v Mariboru?

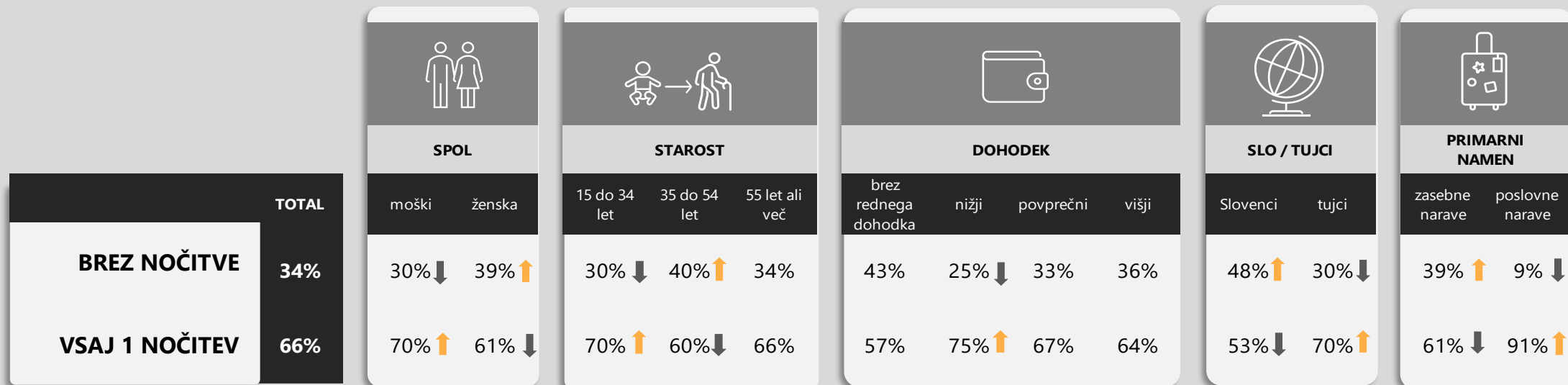
STRUKTURA OBISKA

NOČITEV V MARIBORU

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

V Mariboru v večji meri prenočijo moški, obiskovalci med 15 in 34 let, z nižjimi dohodki, tujci in obiskovalci, katerih primarni namen obiska je poslovne narave.

Q: Boste v Mariboru prenočili?



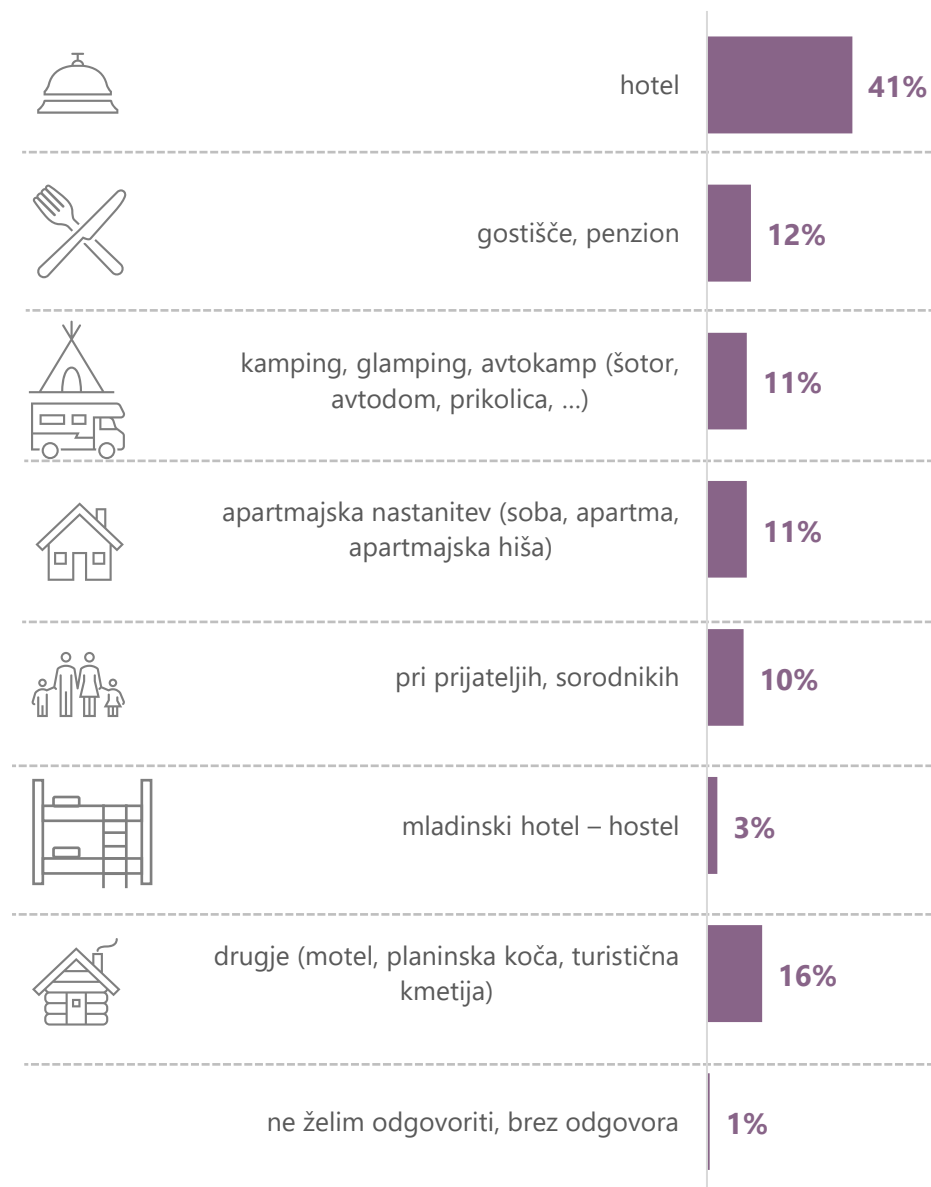
STRUKTURA OBISKA NAMESTITEV



Največ večdnevnik obiskovalcev prenoči v hotelu (41%).

V primerjavi s preteklim merjenjem obiskovalci v tokratnem merjenju v večini tipov namestitev prenočujejo približno enako pogosto. Izjema je druga vrsta nastanitve, ki vključuje motel, planinsko kočo ali turistično kmetijo, kjer je zaznati značilno višji delež prenočitev kot v preteklem letu.

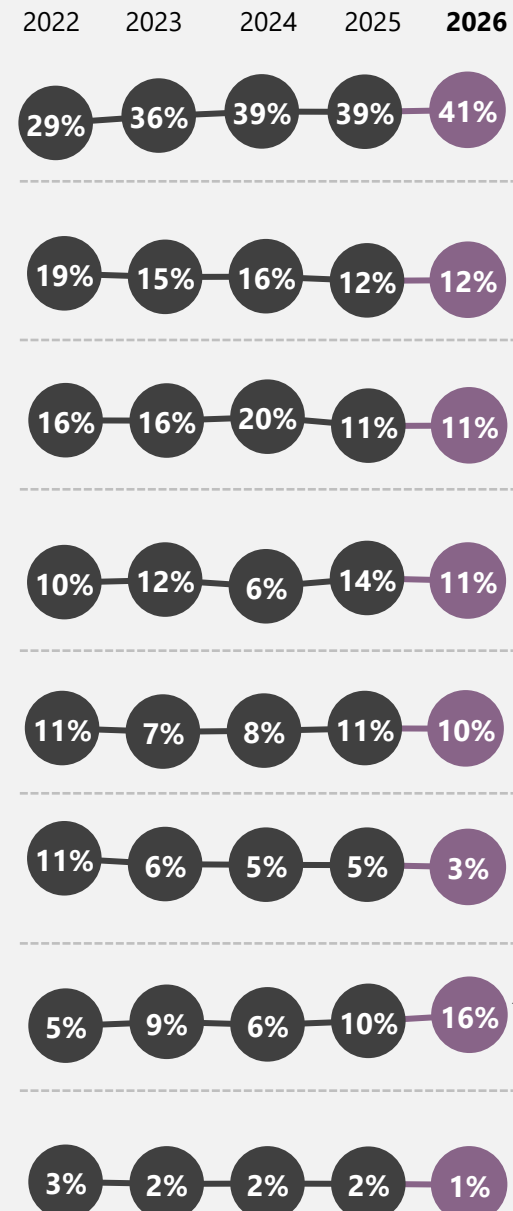
TIP NAMESTITIV



Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.



% TIP NAMESTITIV



STRUKTURA OBISKA

KOMBINIRANJE OBISKA MARIBORA Z DRUGIMI KRAJI



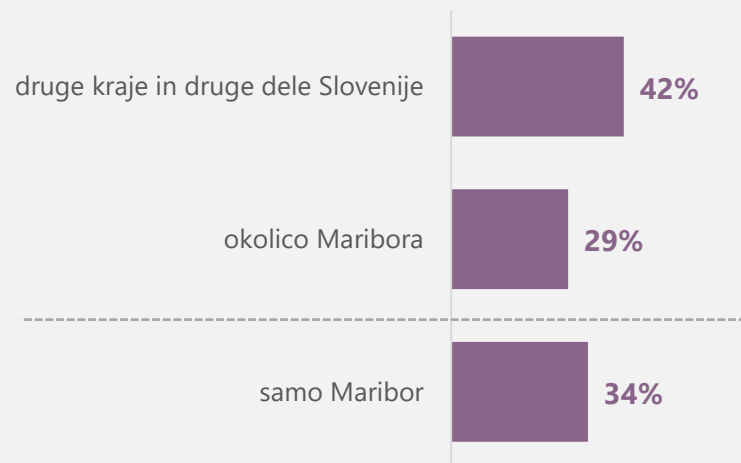
Tretjina obiskovalcev (34%) je obiskala izključno Maribor. Dve petini (42%) sta poleg Maribora obiskali tudi druge kraje oziroma dele Slovenije, medtem ko je 29% obiskovalcev poleg Maribora obiskalo še njegovo okolico.

Dve petini obiskovalcev Maribora (41%) sta v sklopu potovanja prenočili tudi v drugem kraju. Med najpogostejše navedenimi destinacijami so bile Ljubljana, Bled, Hrvaška, Ptuj in Gradec.

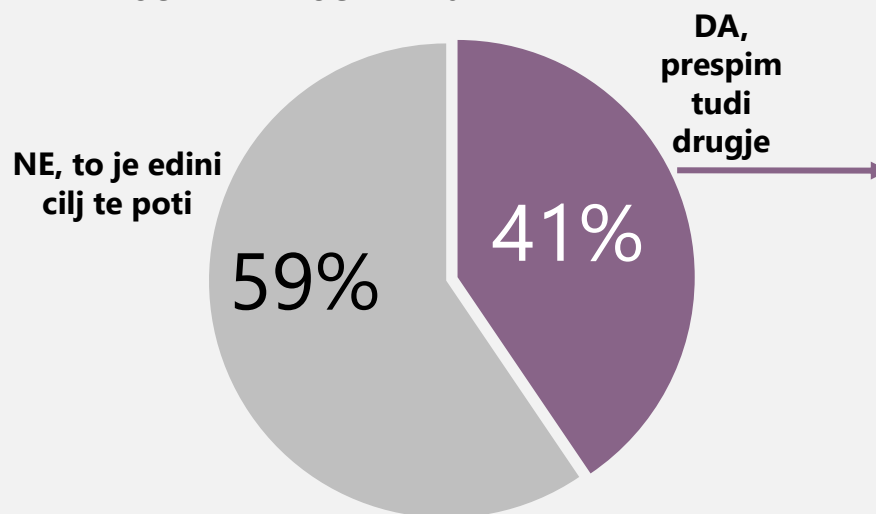
Q: Ste poleg Maribora obiskali še katere druge kraje v Sloveniji?

Q: Ste ali boste v sklopu tega potovanja prespali tudi v katerem drugem kraju?

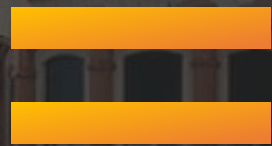
OBISKANOST DRUGIH KRAJEV SLOVENIJE



PRENOČITVE V DRUGIH KRAJIH



Ljubljana
Piran
Koper
Avstrija
Hrvaška
Bled
Celje
Dunaj
Madžarska
Kranj
Budimpešta
Italija
Pohorje
Zagreb
Slovenija
Gradec
Ptuj



MOBILNOST

MOBILNOST

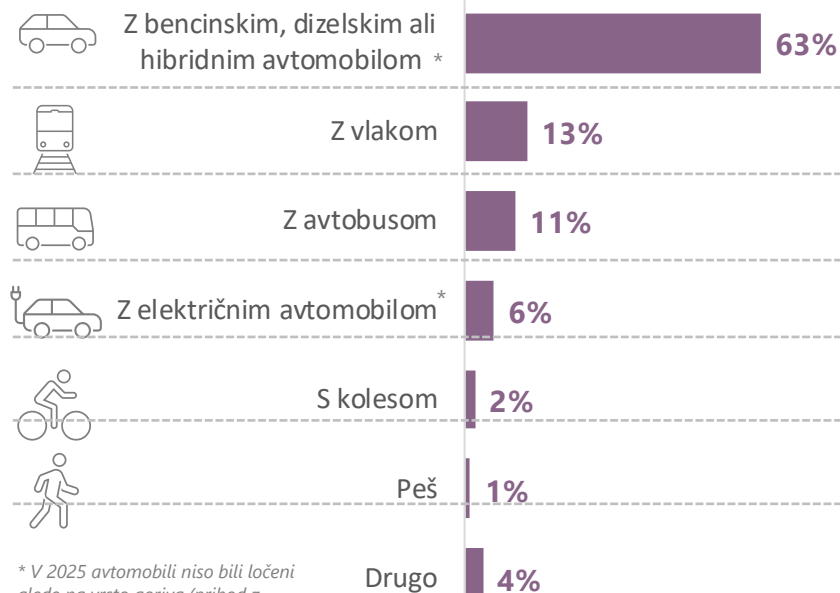
NAČIN PRIHODA V MARIBOR



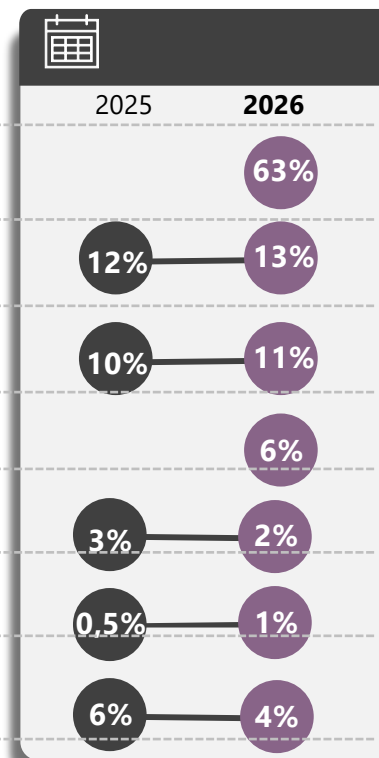
7 od 10 obiskovalcev je v Maribor prišlo z avtomobilom (velika večina z bencinskim, dizelskim oz. hibridnim), okrog 10% pa z vlakom in avtobusom. Način prihoda v mesto se glede na preteklo leto ni bistveno spremenil.

Največjo vlogo pri izbiri načina prevoza igra udobnost, sledita cena in hitrost.

NAČIN PRIHODA V MARIBOR

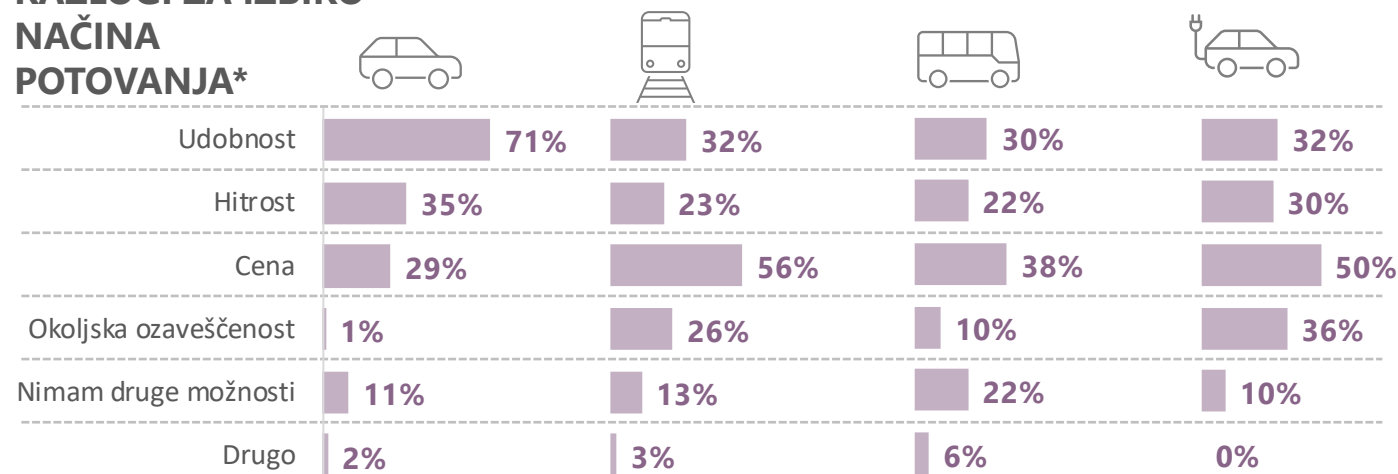


* V 2025 avtomobili niso bili ločeni glede na vrsto goriva (prihod z avtomobilom: 69%)



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

RAZLOGI ZA IZBIRO NAČINA POTOVANJA*



*razlogi so prikazani za najpogostejše načine prihoda, ki dosegajo zadosten N za podrobno analizo

MOBILNOST

MOBILNOST ZNOTRAJ MARIBORA

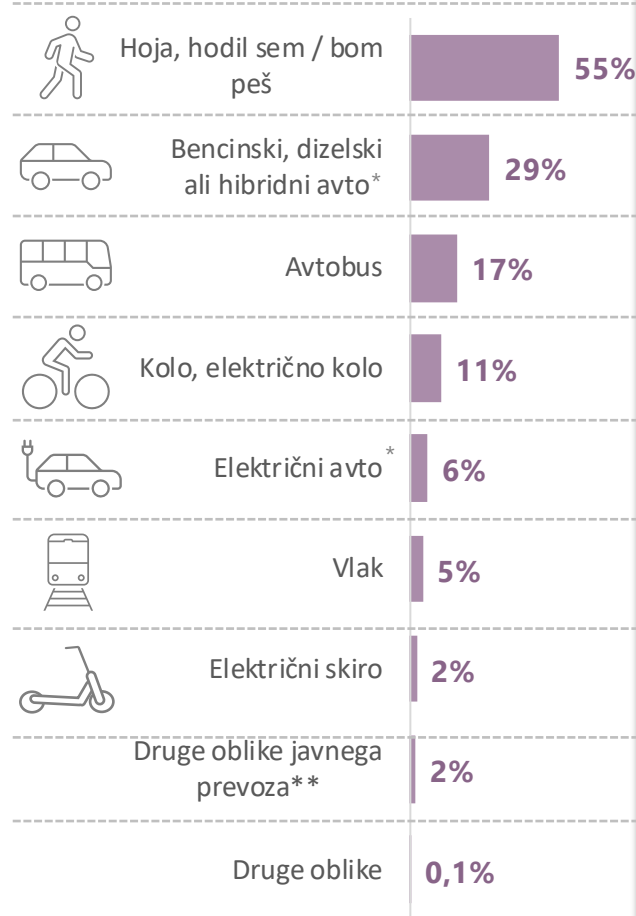


Polovica obiskovalcev (51%) med svojim obiskom Maribora najpogosteje hodi peš. 23% najpogosteje uporablja avto, 10% avtobus, 7% kolo oz. električno kolo, 4% pa električni avto.

Glede na preteklo leto se značilno nižji delež obiskovalcev premika peš, medtem ko se v značilno večji meri odločajo za avtobus, vlak, električni skiro in druge oblike javnega prevoza.

NAČINI PREMIKANJA PO MESTU

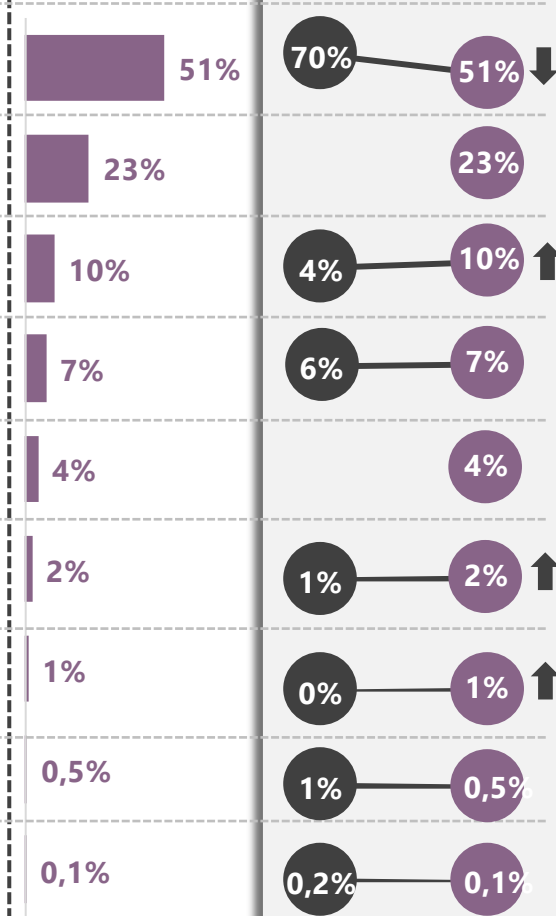
* V 2025 avtomobili niso bili ločeni glede na vrsto goriva (uporaba avtomobila: 27%)



** turistični avtobusi, taksi ...

NAJPOGOSTEJŠI NAČIN PREMIKANJA PO MESTU

* V 2025 avtomobili niso bili ločeni glede na vrsto goriva (uporaba avtomobila: 17%)



↓↑ Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

Q1: Kako se premikate po mestu med obiskom? Označite vse, kar uporabljate pri obisku mesta?

Q2: Katero obliko prevoza ste/boste najpogosteje uporabljali med tokratnim obiskom oz. bivanjem v Mariboru?

MOBILNOST

MOBILNOST ZNOTRAJ MARIBORA - AVTOMOBIL

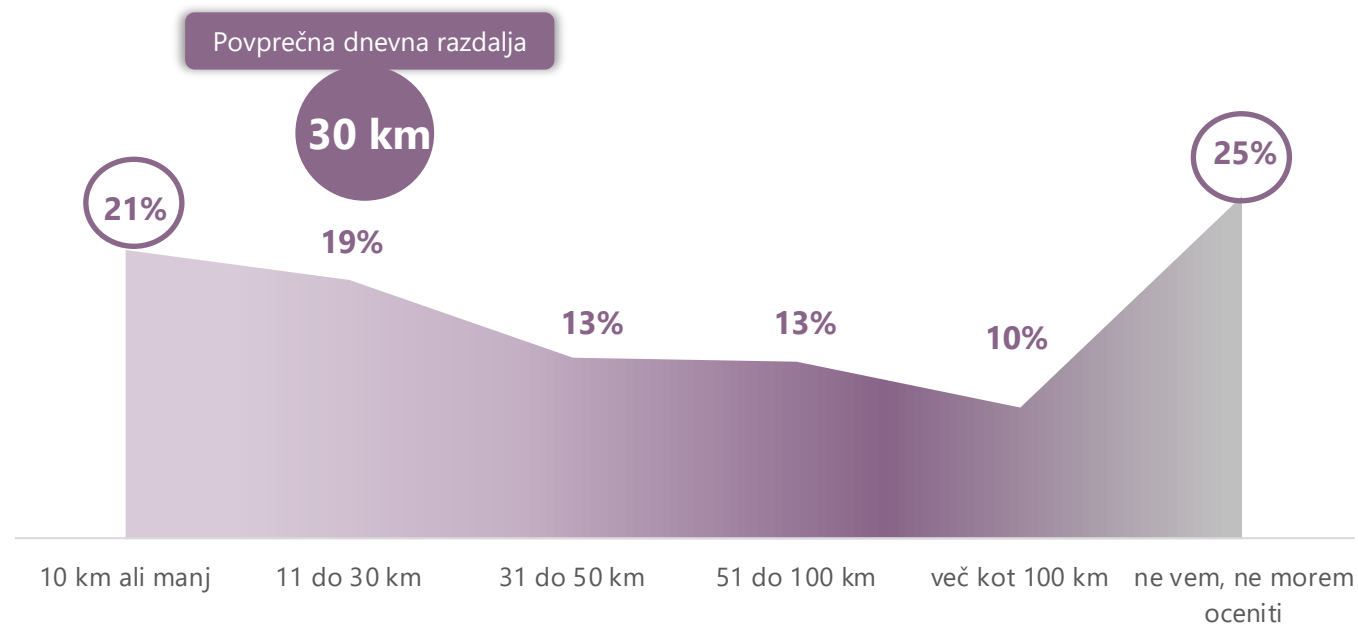


Obiskovalci, ki se po Mariboru premikajo z avtomobilom, dnevno v povprečju prevozijo 30 km.

Sicer kar četrtna obiskovalcev razdalje ni znala oceniti, medtem ko petina navaja, da jih je oziroma jih bo dnevno prevozila v povprečju največ 10 km.



POVPREČNA PREVOŽENA DNEVNA RAZDALJA Z AVTOMOBILOM



MOBILNOST

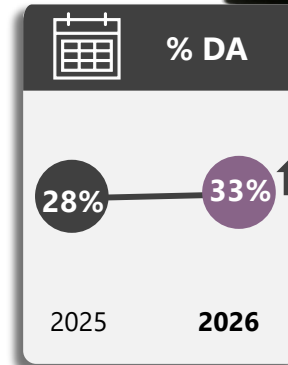
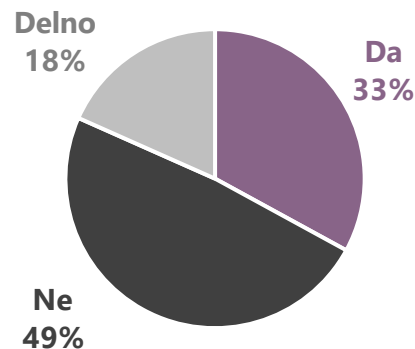
MOBILNOST ZNOTRAJ MARIBORA – JAVNI PREVOZ



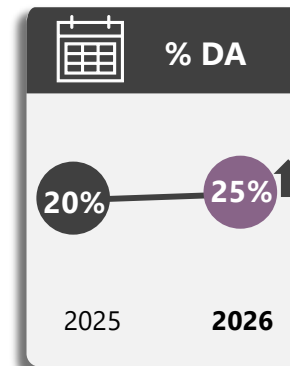
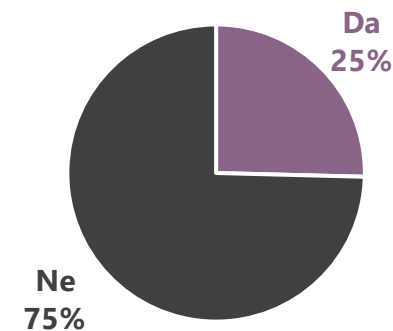
Z možnostmi javnega prevoza v mestu je seznanjena tretjina obiskovalcev (33%), polovica pa z možnostmi ni seznanjena. Uporabe mestnega avtobusa se je že poslužila četrtna obiskovalcev. V primerjavi z letom 2025 sta tako seznanjenost z možnostmi javnega prevoza kot tudi uporaba mestnega avtobusa značilno višji.

10% obiskovalcev je med svojim obiskom Maribora že uporabljalo storitev M-Bajk, slaba petina pa sploh ni vedela, da ta storitev obstaja. Uporaba storitve M-Bajk ostaja na ravni preteklega leta.

STE SEZNANJENI Z
MOŽNOSTMI JAVNEGA
PREVOZA V MESTU?



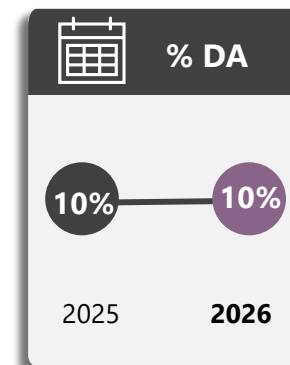
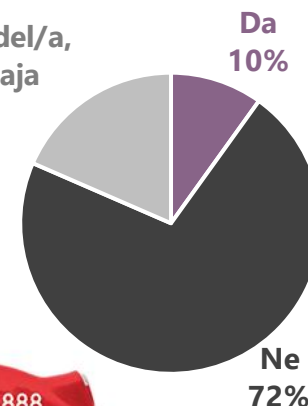
STE ŽE UPORABLJALI
MESTNI AVTOBUS
MED OBISKOM?



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

STE ŽE UPORABLJALI M-
BAJK MED OBISKOM?

Nisem vedel/a,
da obstaja
18%



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

MOBILNOST

TRAJNOSTNA MOBILNOST

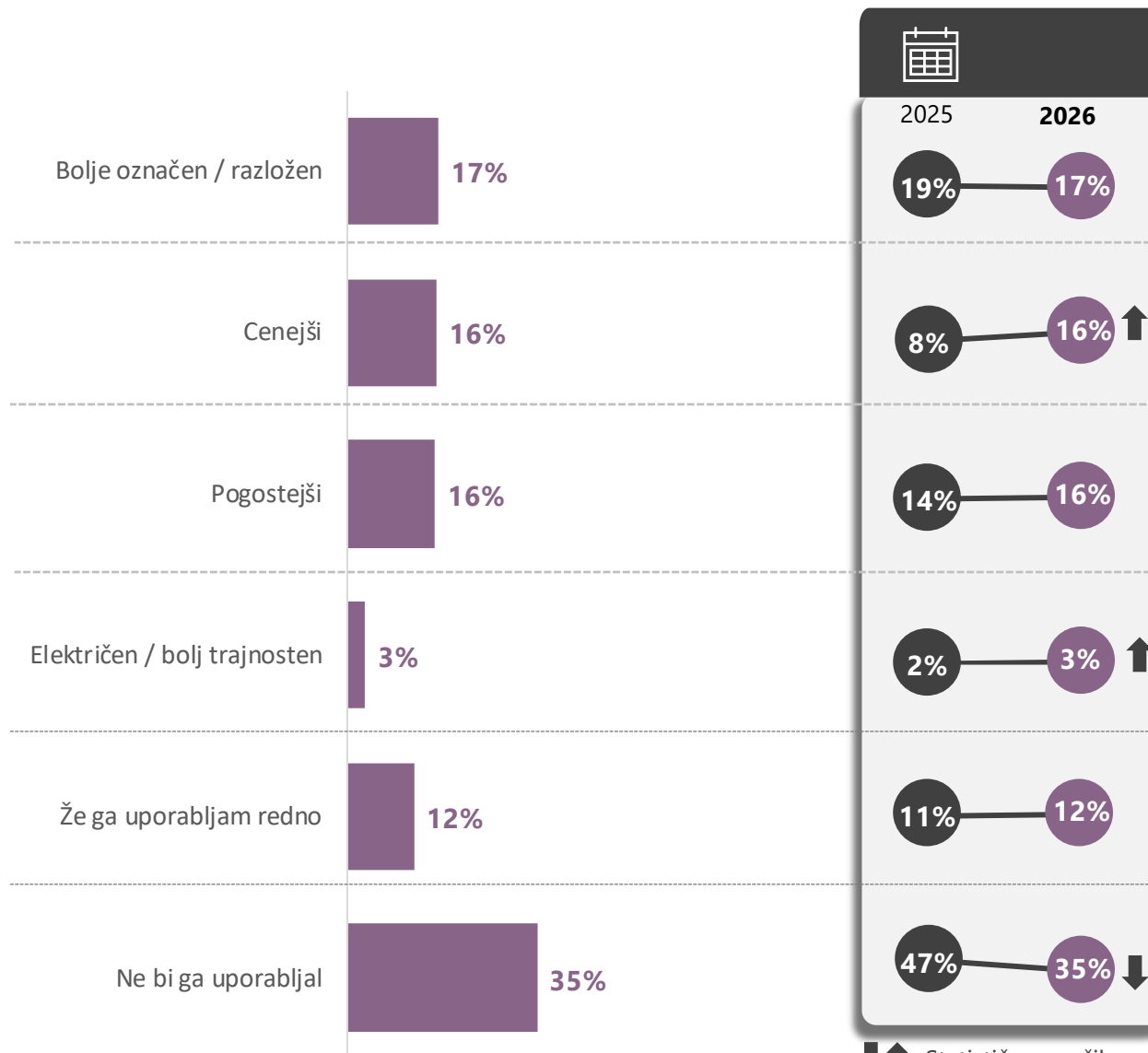


Največ (šestina) obiskovalcev bi se odločila za javni prevoz, če bi bil bolj označen oz. razložen, cenejši in pogostejši.

Redno ga že uporablja 12% obiskovalcev, tretjina pa javnega prevoza sploh ne bi uporabljala. Samo 3% obiskovalcev bi javni prevoz uporabljala, če bi bil le-ta bolj trajnosten.

Glede na preteklo leto je delež obiskovalcev, ki javnega prevoza ne bi uporabljal značilno nižji. Obiskovalci glede na leto 2025 v značilno večji meri navajajo, da bi javni prevoz uporabili, če bi bil cenejši in bolj trajnosten / električen.

ALI BI SE ODLOČILI ZA JAVNI PREVOZ, ČE BI BIL:



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

UPORABLJENE OBLIKE PREVOZA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Za hojo kot obliko mobilnosti se v značilno večji meri odločajo ženske, obiskovalci z višjim dohodkom, tuji obiskovalci, ter obiskovalci, ki potujejo v zasebne namene in v Mariboru ne prenočijo. Avto (ne glede na vrsto goriva) pogosteje uporabljajo Slovenci. Nadalje je električni avto v večji meri uporabljen med obiskovalci z nižjimi dohodki in obiskovalci, ki v Mariboru vsaj enkrat prenočijo. Avtobus in vlak v značilno večji meri uporabljajo najmlajši (15 do 34 let), obiskovalci, ki potujejo v poslovne namene in v Mariboru vsaj enkrat prenočijo. Za uporabo kolesa/električnega kolesa in električnega skiroja se v značilno višji meri odločajo tisti, ki v Mariboru vsaj enkrat prenočijo. Električni skiro v večji meri uporabljajo tudi tisti, ki potujejo v poslovne namene.

Q: Kako se premikate po mestu med obiskom? Označite vse, kar uporabljate pri obisku mesta?

	TOTAL	 SPOL		 STAROST			 DOHODEK				 SLO / TUJCI		 PRIMARNI NAMEN		 NOČITEV	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Hoja, hodil sem / bom peš	55%	48% ↓	62% ↑	54%	57%	54%	51%	43% ↓	50%	65% ↑	41% ↓	59% ↑	61% ↑	24% ↓	67% ↑	49% ↓
Bencinski, dizelski ali hibridni avto	29%	32%	26%	27%	34%	23%	30%	33%	29%	30%	36% ↑	27% ↓	30%	26%	30%	29%
Avtobus	17%	17%	17%	23% ↑	10% ↓	16%	17%	21%	21%	12%	18%	17%	13% ↓	38% ↑	5% ↓	23% ↑
Kolo, električno kolo	11%	12%	10%	12%	10%	12%	15%	8%	9%	13%	9%	12%	11%	13%	6% ↓	14% ↑
Električni avto	6%	8%	5%	7%	6%	7%	6%	12% ↑	6%	4%	10% ↑	5% ↓	5%	10%	3% ↓	9% ↑
Vlak	5%	5%	5%	7% ↑	3% ↓	3%	3%	8%	6%	3%	5%	5%	3% ↓	17% ↑	2% ↓	6% ↑
Električno skiro	2%	3%	2%	3%	2%	1%	2%	5%	2%	2%	4%	2%	1% ↓	9% ↑	0% ↓	3% ↑

NAJPOGOSTEJŠA OBLIKA PREVOZA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Za hojo kot glavno obliko mobilnosti se v značilno večji meri odločajo ženske, obiskovalci z višjimi dohodki, tuji obiskovalci, tisti, katerih obisk je zasebne narave in enodnevni obiskovalci. Avtomobil (bencinski, dizelski ali hibridni) kot najpogostejšo obliko prevoza v značilno večji meri uporabljajo moški, obiskovalci med 35 in 54 let, obiskovalci z nižjim dohodkom ter slovenski obiskovalci. Za uporabo avtobusa ali vlaka kot glavne oblike prevoza se v značilno večji meri odločajo najmlajši (15 do 35 let), obiskovalci katerih namen obiska je poslovne narave in obiskovalci, ki so vsaj enkrat prenočijo. Obiskovalci, ki vsaj enkrat prenočijo za glavno obliko mobilnosti v značilno večji meri izberejo tudi kolo/električno kolo in električni avto.

Q: Katero obliko prevoza ste/boste najpogosteje uporabljali med tokratnim obiskom oz. bivanjem v Mariboru?

	TOTAL	SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Hoja, hodil sem / bom peš	51%	44%↓	58%↑	49%	54%	50%	48%	38%↓	46%	61%↑	37%↓	55%↑	57%↑	18%↓	65%↑	43%↓
Bencinski, dizelski ali hibridni avto	23%	27%↑	19%↓	20%↓	28%↑	21%	23%	30%↑	23%	21%	31%↑	21%↓	24%	22%	26%	22%
Avtobus	10%	10%	10%	13%↑	6%↓	12%	10%	13%	15%↑	4%↓	13%	9%	7%↓	30%↑	3%↓	13%↑
Kolo, električno kolo	7%	8%	6%	8%	7%	8%	11%	4%	7%	8%	7%	7%	7%	10%	4%↓	9%↑
Električni avto	4%	6%	3%	5%	4%	6%	5%	8%↑	4%	3%	6%	4%	3%	7%	1%	7%↑
Vlak	2%	2%	2%	4%↑	1%	1%	1%	4%	3%	1%	3%	2%	1%↓	10%↑	0%	3%↑
Električni skiro	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	2%	0%	0%	2%	0%	0%	3%	0%	1%

POZNAVANJE IN UPORABA JAVNEGA PREVOZA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Z možnostmi javnega prevoza v večji meri niso seznanjeni obiskovalci starejši od 35 let, obiskovalci z višjimi dohodki, tujci ter obiskovalci, ki so v Mariboru samo na dnevnem obisku. Tako mestni avtobus kot M-Bajk so v značilno večji meri že uporabili najmlajši (15 do 34 let), slovenski obiskovalci, tisti ki potujejo s poslovnimi nameni in obiskovalci, ki vsaj enkrat prenočijo. Mestni avtobus je v značilno večji meri uporabljen tudi med obiskovalci z nižjimi dohodki. Značilno višji delež obiskovalcev, ki z M-Bajkom niso seznanjeni, je med tujci.

Q: Ste seznanjeni z možnostmi javnega prevoza v mestu? / Ste že uporabljali mestni avtobus med obiskom? / Ste že uporabljali M-Bajk med obiskom?

																	
			SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
			moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Seznanjenost z možnostmi javnega prevoza	Da	33%	33%	33%	39% ↑	26% ↓	29%	43% ↑	39% ↑	31%	29%	57% ↑	25% ↓	32%	39%	32%	34%
	Ne	49%	50%	47%	42% ↓	55% ↑	59% ↑	40%	43%	53%	55% ↑	27% ↓	56% ↑	50%	45%	55% ↑	46% ↓
	Delno	18%	17%	20%	19%	19%	12%	17%	17%	16%	16%	17%	19%	19%	16%	13% ↓	20% ↑
Uporaba mestnega avtobusa		25%	27%	23%	32% ↑	17% ↓	21%	32%	32% ↑	24%	21% ↓	41% ↑	20% ↓	22% ↓	43% ↑	16% ↓	30% ↑
Uporaba M-Bajka med obiskom	Da	10%	12%	8%	14% ↑	6% ↓	2% ↓	11%	12%	8%	9%	18% ↑	7% ↓	9% ↓	17% ↑	5% ↓	13% ↑
	Ne	72%	71%	72%	65% ↓	77% ↑	83% ↑	75%	67%	73%	73%	75%	71%	72%	66%	79% ↑	68% ↓
	Nisem vedel/a, da obstaja	18%	17%	20%	20%	17%	14%	13%	21%	19%	18%	7% ↓	22% ↑	19%	17%	17%	20%



POTROŠNJA

POTROŠNJA

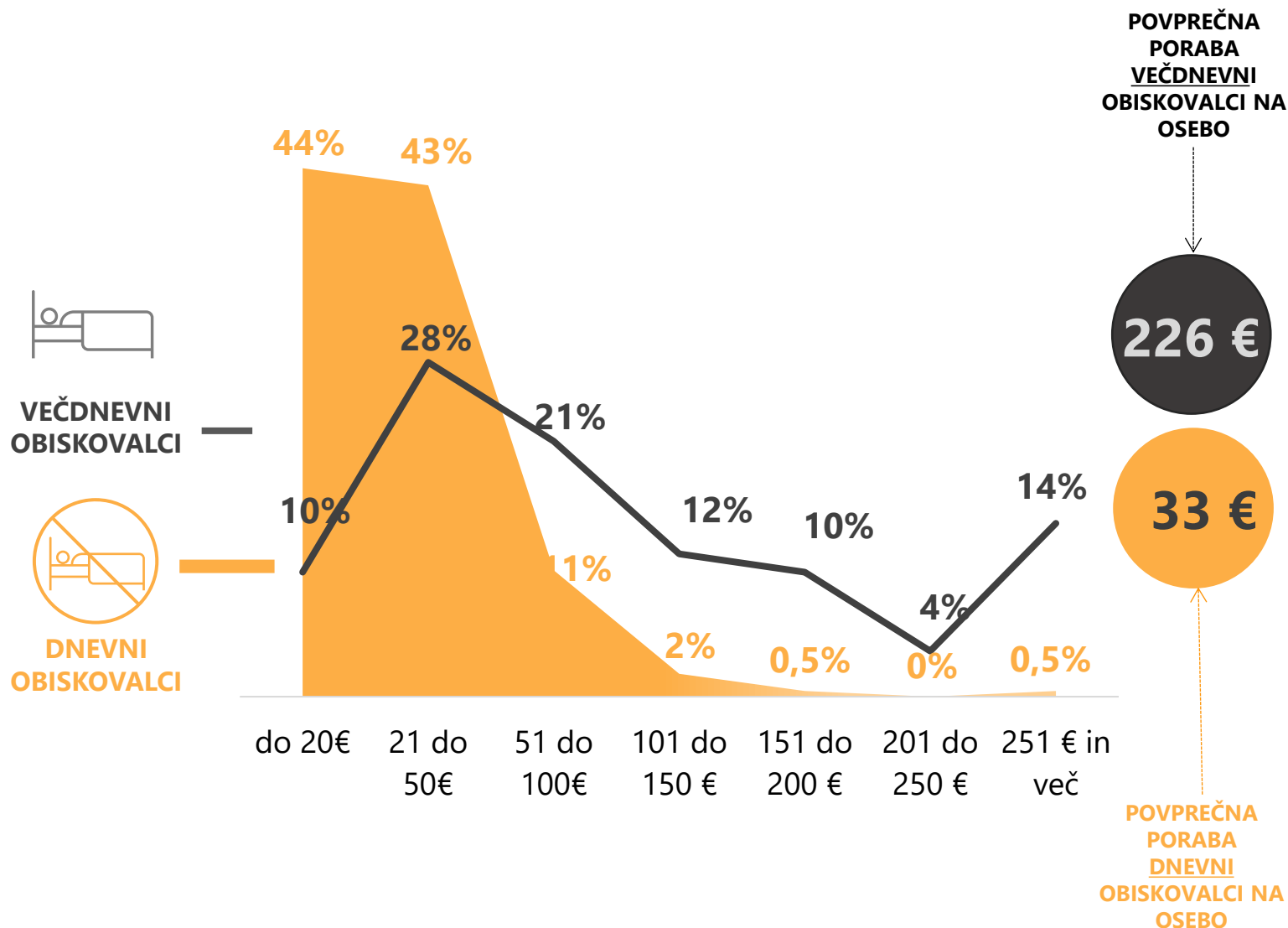
SKUPNA POTROŠNJA OBISKOVALCEV (vse kategorije skupaj) NA OSEBO



Enodnevni obiskovalci v Mariboru v povprečju za vse aktivnosti (kulinarika, kultura, šport, nakupovanje, prevoz) potrošijo 33 € na osebo, medtem ko večdnevni obiskovalci v Mariboru za vse aktivnosti potrošijo v povprečju 226 € na osebo.

Q: Kolikšen bo celoten končni znesek, ki ga boste tekom obiska oz. bivanja v Mariboru namenili za...
(seštevek vseh kategorij)

SKUPNA POTROŠNJA NA OSEBO (VSE KATEGORIJE SKUPAJ) POVPREČNA VREDNOST



POTROŠNJA

SKUPNA POTROŠNJA OBISKOVALCEV NA OSEBO NA DAN



ENODNEVNI OBISKOVALCI

34%



VEČDNEVNI OBISKOVALCI

66%

33 €

POVPREČNA VREDNOST

53 €

TOTAL*
226 €



Obiskovalci iz
Slovenije



Obiskovalci iz
tujine

42€



28 €

Domači enodnevni obiskovalci
Maribora potrošijo bistveno več kot
tuji enodnevni obiskovalci.



Obiskovalci iz
Slovenije



Obiskovalci iz
tujine

49 €

TOTAL*
229 €

54 €

TOTAL*
225 €

Domači večdnevni obiskovalci Maribora
potrošijo nekoliko manj kot tuji
obiskovalci.

* Total predstavlja
povprečno potrošnjo
na osebo (skupno ne
glede na število
nočitev).

↑↓ Oznaka statistično značilnih razlik
glede na tip obiskovalca.

POTROŠNJA

SKUPNA POTROŠNJA OBISKOVALCEV NA OSEBO NA DAN

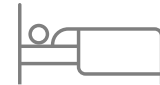
V ČASU

Skupna povprečna poraba na osebo je glede na preteklo leto malenkost višja pri enodnevnih obiskovalcih, medtem ko se je občutneje povečala pri večdnevni obiskovalcih. Pri enodnevnih obiskovalcih je porast opazen pri domačih gostih (pri tujih je zaznati celo rahel upad), medtem ko je pri večdnevni obiskovalcih potrošnja višja predvsem pri tujih gostih.

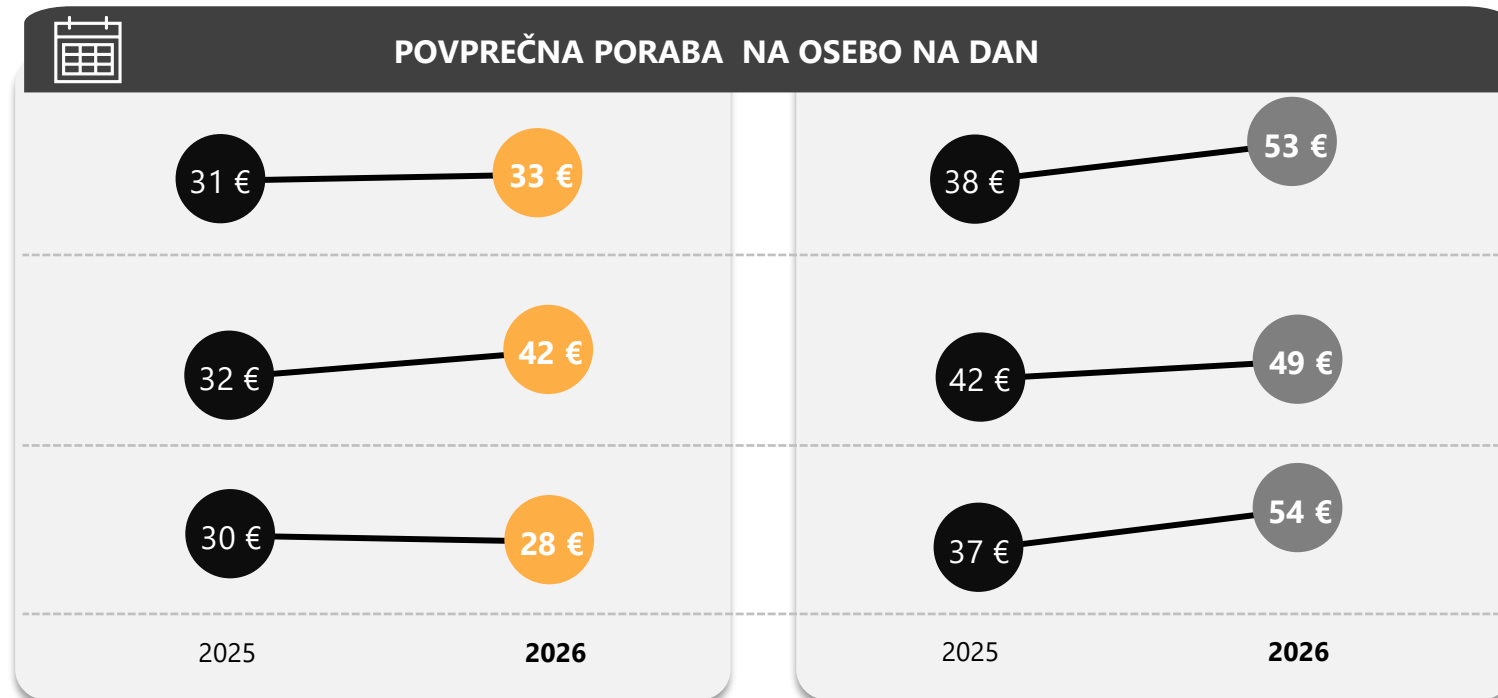
Q: Kolikšen bo celoten končni znesek, ki ga boste tekom obiska oz. bivanja v Mariboru namenili za... (seštevek vseh kategorij)



ENODNEVNI OBISKOVALCI



VEČDNEVNI OBISKOVALCI



POTROŠNJA POTROŠNJA OBISKOVALCEV ZA NAMESTITEV NA OSEBO

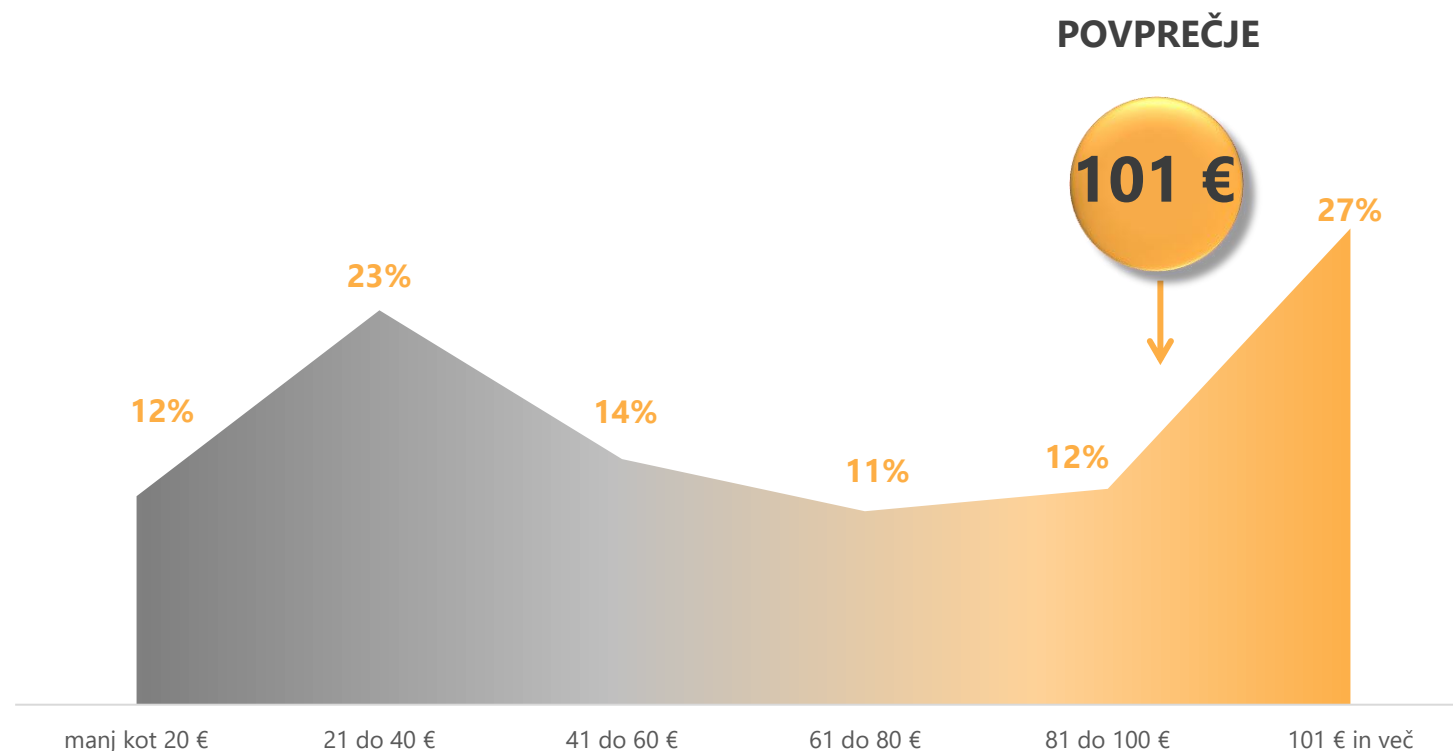


V povprečju obiskovalci Maribora za namestitev namenijo 101 € na osebo.

4 od 10 obiskovalcev za namestitev porabijo več kot 81 € na osebo, četrtna obiskovalcev med 41 in 80 €, medtem ko 3 od 10 obiskovalcev za namestitev porabijo manj kot 40 € na osebo.

Q: Kakšen pa je znesek, ki ga boste ob tokratnem obisku Maribora namenili za namestitev oz. namestitve?

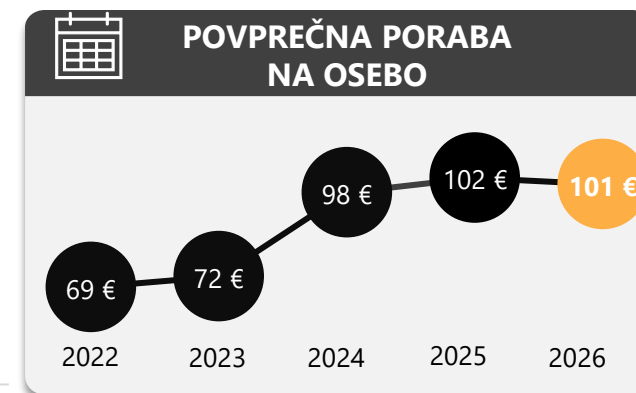
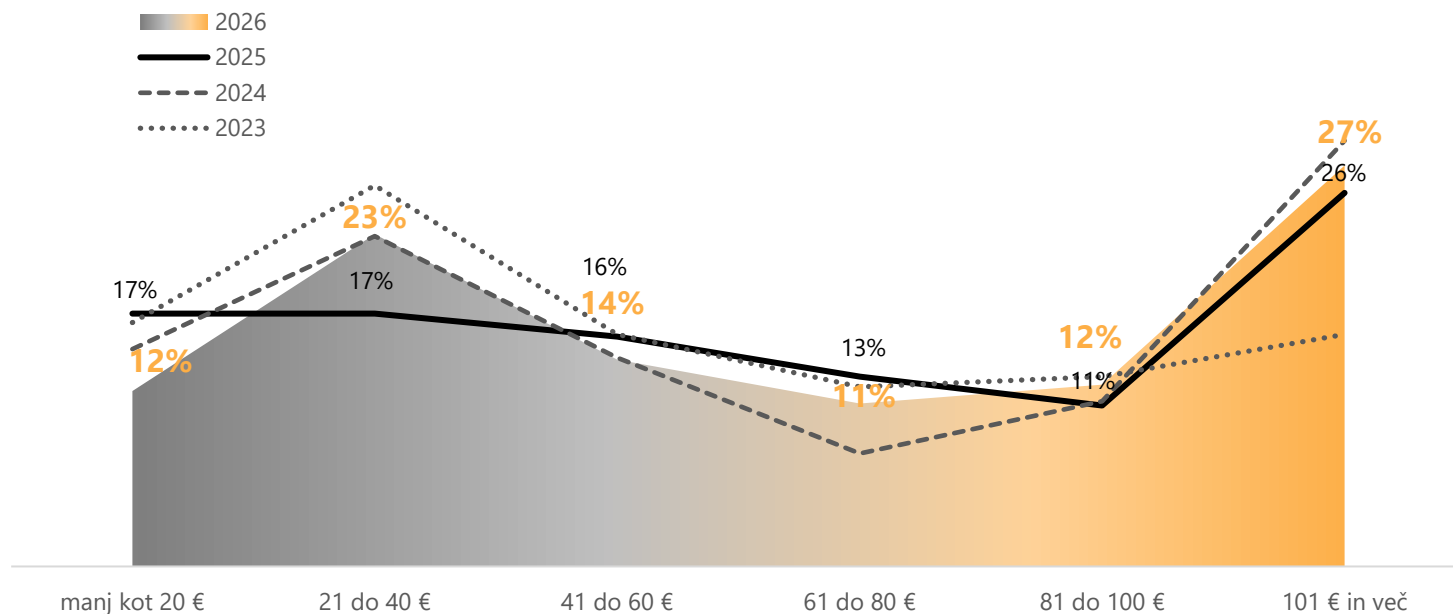
SKUPNA PORABA ZA NAMESTITEV NA OSEBO



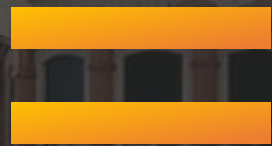
POTROŠNJA OBISKOVALCEV ZA NAMESTITEV NA OSEBO V ČASU

Obiskovalci Maribora v povprečju za namestitev porabijo 101 € na osebo, kar je podobno kot v preteklem merjenju 102 €).

Q: Kakšen pa je znesek, ki ga boste ob tokratnem obisku Maribora namenili za namestitev oz. namestitve?



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.



ZADOVOLJSTVO

ZADOVOLJSTVO SPLOŠNO ZADOVOLJSTVO

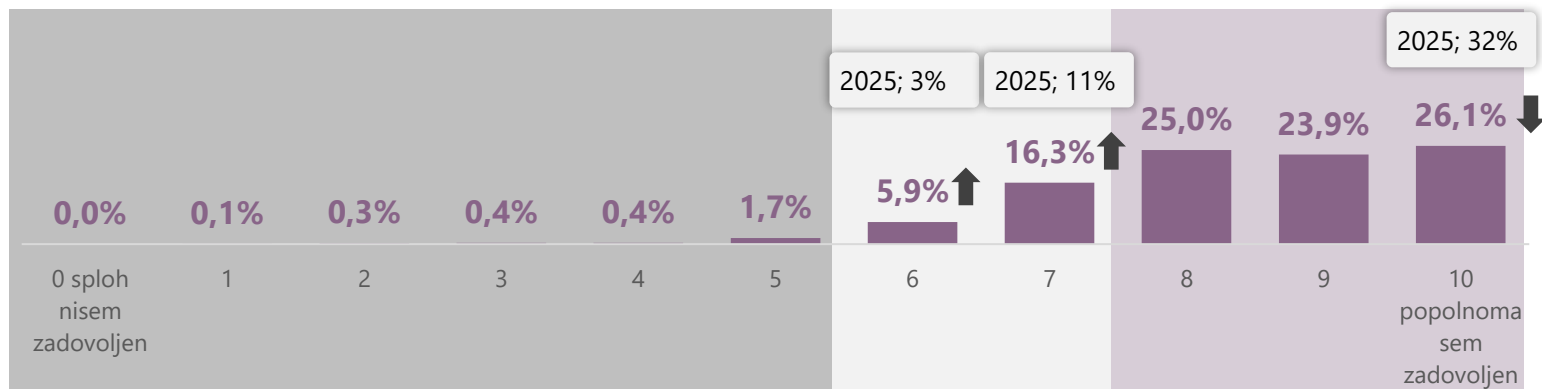


Tri četrtnine obiskovalcev Maribora (75%) je z obiskom mesta v splošnem zadovoljnih. Slaba četrtnina (22%) je zadovoljstvo ocenila z nevtralnima ocenama 6 oziroma 7, medtem ko je le majhen delež obiskovalcev (3%) z obiskom Maribora nezadovoljen (ocene 0 do 5). Indeks zadovoljstva (razmerje med zadovoljnimi in nezadovoljnimi obiskovalci) tako v tokratnem merjenju znaša 72 in je bistveno nižji kot v 2025 in 2024, saj bistveno večji del obiskovalcev izbira oceni 6 in 7, nižji delež pa je zbral predvsem najvišjo oceno 10 – popolno zadovoljstvo.


NEZADOVOLJNI
3%
(% ocen 0-5)


NEVTRALNI
22%
(% ocen 6 in 7)

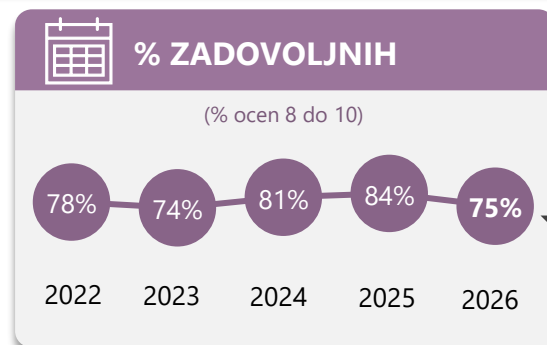

ZADOVOLJNI
75%
(% ocen 8-10)



INDEX ZADOVOLJSTVA

i **INDEX** predstavlja razliko v deležu pozitivnih ocen (% ocen 8 do 10) in deležu negativnih ocen (% ocen 0 do 5).

Statistično značilne razlike v času 2025-2026.



ZADOVOLJSTVO

SPLOŠNO ZADOVOLJSTVO PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Tri četrtine obiskovalcev Maribora je z obiskom mesta v splošnem zadovoljna.

Glede na strukturo so značilno bolj zadovoljni obiskovalci stari med 35 in 54 let, z višjimi dohodki, tujci, tisti, ki so prišli v Maribor zaradi zasebnih namenov in obiskovalci, ki niso prenočili.

Q: V kolikšni meri ste zadovoljni z vašim celotnim obiskom Maribora?



ZADOVOLJNI
(% ocen 8-10)

NEVTRALNI
(% ocen 6 in 7)

NEZADOVOLJNI
(% ocen 0-5)

																
		SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
TOTAL		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
75%		74%	77%	71% ↓	83% ↑	67%	72%	61% ↓	76%	84% ↑	64% ↓	79% ↑	79% ↑	62% ↓	81% ↑	71% ↓
22%		23%	21%	26% ↑	15% ↓	29%	25%	35% ↑	23%	12% ↓	31% ↑	19% ↓	19% ↓	34% ↑	16% ↓	26% ↑
3%		3%	2%	3%	3%	3%	3%	4%	1%	4%	4%	2%	3%	4%	3%	3%

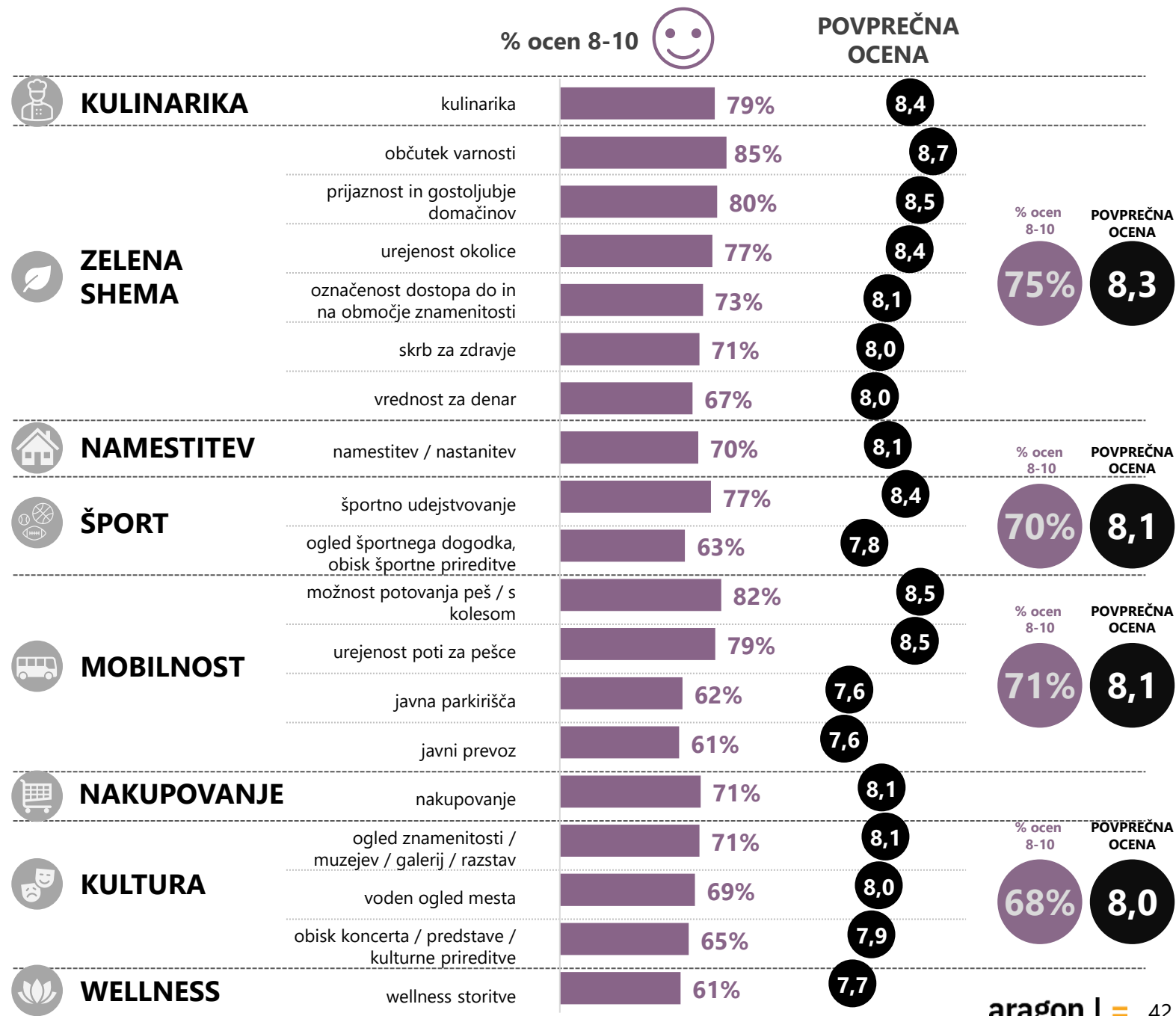
ZADOVOLJSTVO

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI



Največ obiskovalcev Maribora (80 % ali več) je zadovoljnih z občutkom varnosti, prijaznostjo in gostoljubjem domačinov ter možnostmi potovanja peš/s kolesom. Več kot tri četrtine jih je zadovoljnih tudi s kulinarično ponudbo, urejenostjo poti za pešce, urejenostjo okolice ter možnostmi za športno udejstvovanje.

Q: V kolikšni meri ste v Mariboru zadovoljni z naslednjimi področji...

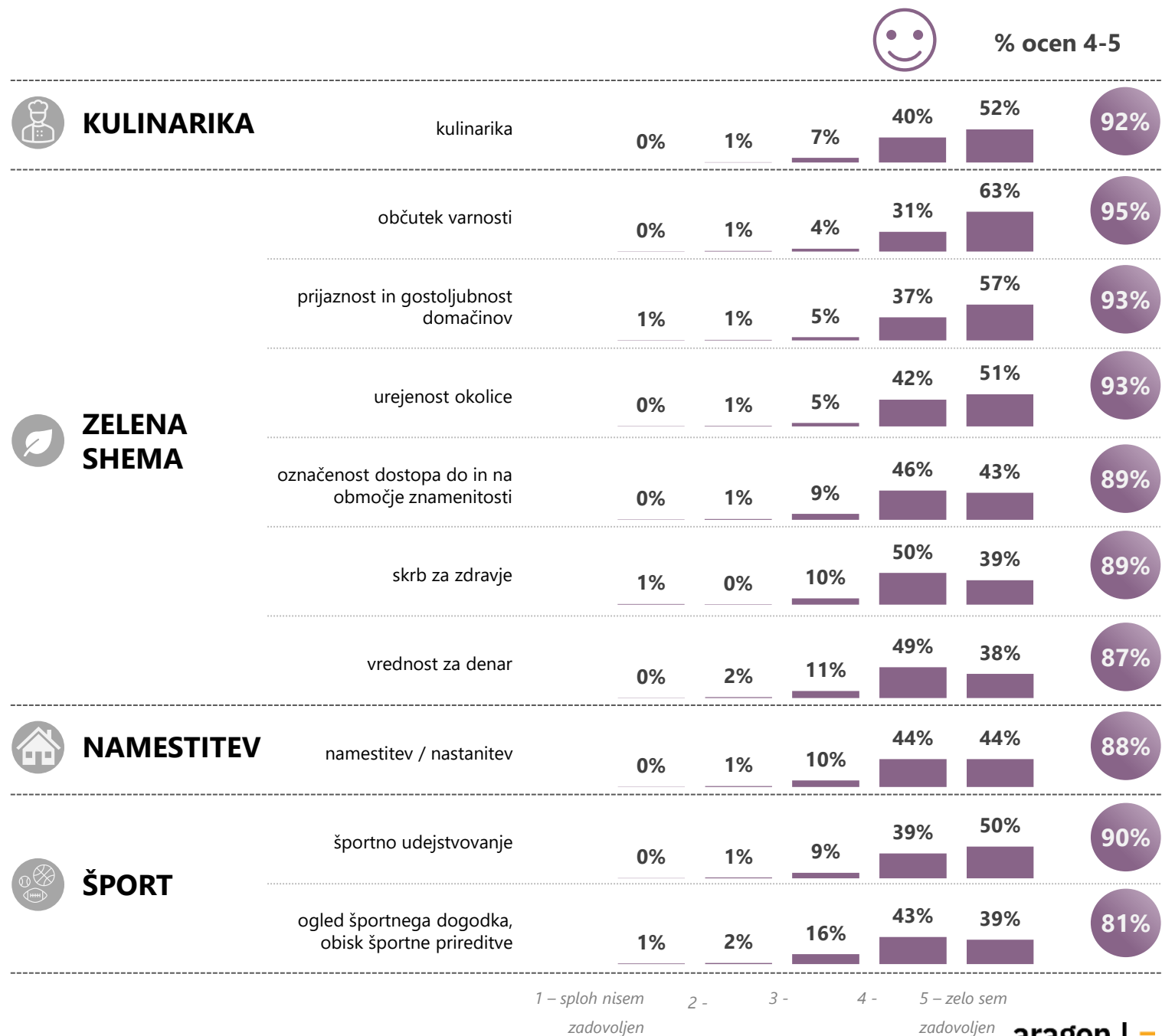


ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI (1/2)



Največ obiskovalcev Maribora (več kot 90%) je zadovoljnih z občutkom varnosti, možnostjo potovanja peš ali s kolesom, urejenostjo okolice in poti za pešce, prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov in kulinariko. Obiskovalci so najmanj zadovoljni z javnimi parkirišči, javnim prevozom ter wellness storitvami.

Q: V kolikšni meri ste v Mariboru zadovoljni z naslednjimi področji...



ZADOVOLJSTVO

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI (2/2)



Največ obiskovalcev Maribora (več kot 90%) je zadovoljnih z občutkom varnosti, možnostjo potovanja peš ali s kolesom, urejenostjo okolice in poti za pešce, prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov in kulinariko. Obiskovalci so najmanj zadovoljni z javnimi parkirišči, javnim prevozom ter wellness storitvami.

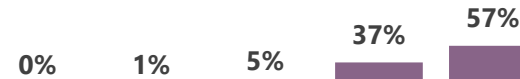


% ocen 4-5



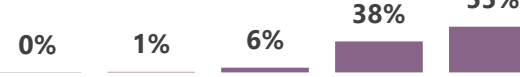
MOBILNOST

možnost potovanja peš / s kolesom



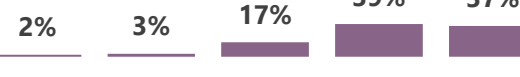
94%

urejenost poti za pešce



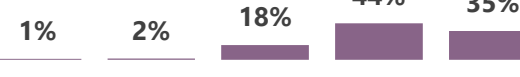
93%

javna parkirišča



77%

javni prevoz

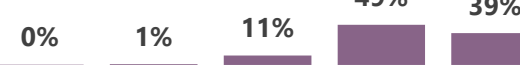


79%



NAKUPOVANJE

nakupovanje



87%

ogled znamenitosti / muzejev / galerij / razstav

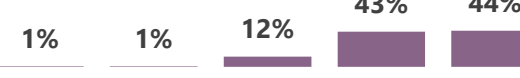


88%



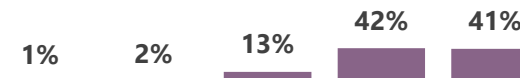
KULTURA

voden ogled mesta



86%

obisk koncerta / predstave / kulturne prireditve

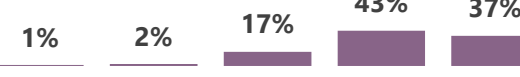


84%



WELLNESS

wellness storitve



79%

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI

Q: V kolikšni meri ste v Mariboru zadovoljni z naslednjimi področji...

	0 sploh nisem zadovoljen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 popolnoma sem zadovoljen
kulinarika	0%	0%	0%	0%	1%	2%	5%	13%	26%	28%	25%
občutek varnosti	0%	0%	0%	0%	1%	0%	4%	10%	21%	28%	35%
prijaznost in gostoljubje domačinov	0%	0%	0%	1%	1%	1%	4%	13%	23%	24%	33%
urejenost okolice	0%	0%	0%	1%	1%	0%	4%	16%	26%	24%	27%
označenost dostopa do in na območje znamenitosti	0%	0%	0%	1%	1%	2%	7%	16%	30%	24%	19%
skrb za zdravje	1%	0%	0%	0%	1%	2%	6%	18%	32%	22%	17%
vrednost za denar	0%	0%	0%	1%	2%	2%	7%	20%	29%	22%	16%
namestitve / nastanitve	0%	0%	0%	1%	1%	2%	7%	18%	26%	22%	22%
športno udejstvovanje	0%	0%	0%	1%	0%	2%	7%	13%	26%	24%	27%
ogled športnega dogodka, obisk športne prireditve	1%	0%	1%	1%	1%	5%	10%	18%	25%	22%	17%
možnost potovanja peš / s kolesom	0%	0%	1%	0%	1%	1%	3%	12%	24%	30%	28%
urejenost poti za pešce	0%	0%	0%	0%	1%	1%	4%	14%	24%	28%	27%
javna parkirišča	2%	0%	2%	2%	4%	4%	9%	15%	25%	20%	18%
javni prevoz	1%	1%	1%	0%	3%	5%	10%	19%	26%	22%	13%
nakupovanje	0%	0%	0%	1%	1%	2%	8%	16%	33%	21%	17%
ogled znamenitosti / muzejev / galerij / razstav	0%	0%	0%	1%	1%	2%	8%	17%	31%	20%	20%
voden ogled mesta	1%	0%	1%	0%	2%	4%	6%	17%	25%	27%	17%
obisk koncerta / predstave / kulturne prireditve	1%	0%	1%	2%	2%	2%	10%	18%	24%	23%	18%
wellness storitve	1%	1%	1%	1%	2%	3%	12%	18%	25%	24%	13%

ZADOVOLJSTVO

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI V ČASU (1/2)



Največ obiskovalcev Maribora (80 % ali več) je zadovoljnih z občutkom varnosti, prijaznostjo in gostoljubjem domačinov ter možnostmi potovanja peš ali s kolesom. V primerjavi s preteklim merjenjem je bistveno višje zadovoljstvo opaziti glede označenosti dostopa do in na območje znamenitosti, vrednosti za denar, javnih parkirišč, javnega prevoza, nakupovanja, vodenega ogleda mesta, obiska koncerta/predstave/kulturnih prireditev ter wellness storitev. Na drugi strani je bistveno nižje zadovoljstvo z uredenostjo okolice. Na drugih področjih ni prišlo do pomembnejših sprememb v zadovoljstvu.

KULINARIKA

kulinarika



ZELENA SHEMA

ZELENA SHEMA

% ocen 8-10

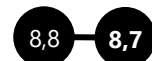


povprečna ocena

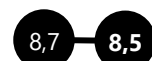


2022 2023 2024 2025 2026

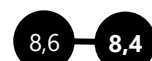
občutek varnosti*



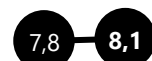
prijaznost in gostoljubje domačinov*



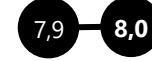
urejenost okolice*



označenost dostopa do in na območje znamenitosti*



skrb za zdravje*



vrednost za denar*



NAMESTITEV

namestitev / nastanitev



ŠPORT

ŠPORT

% ocen 8-10

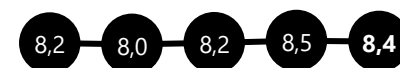


povprečna ocena

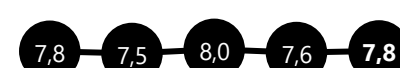


2022 2023 2024 2025 2026

športno udejstvovanje



ogled športnega dogodka, obisk športne prireditve



2022 2023 2024 2025 2026

2022 2023 2024 2025 2026

* dodano v 2025



Statistično značilne razlike v času 2025-2026.

ZADOVOLJSTVO

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI V ČASU (2/2)



Največ obiskovalcev Maribora (80 % ali več) je zadovoljnih z občutkom varnosti, prijaznostjo in gostoljubjem domačinov ter možnostmi potovanja peš ali s kolesom. V primerjavi s preteklim merjenjem je bistveno višje zadovoljstvo opaziti glede *označenosti dostopa do in na območje znamenitosti, vrednosti za denar, javnih parkirišč, javnega prevoza, nakupovanja, vodenega ogleda mesta, obiska koncerta/predstave/kulturnih prireditev ter wellness storitev*. Na drugi strani je bistveno nižje zadovoljstvo z *urejenostjo okolice*. Na drugih področjih ni prišlo do pomembnejših sprememb v zadovoljstvu.

Q: V kolikšni meri ste v Mariboru zadovoljni z naslednjimi področji...

MOBILNOST

MOBILNOST

% ocen
8-10

66% → 71%

povprečna
ocena

7,9 → 8,1

2022 2023 2024 2025 2026

možnost potovanja
peš / s kolesom*

83% → 82%

8,6 → 8,5

urejenost poti za
pešce*

77% → 79%

8,4 → 8,5

javna parkirišča*

55% → 62% ↑

7,2 → 7,6

javni prevoz*

51% → 61% ↑

7,2 → 7,6

NAKUPOVANJE

nakupovanje

65% → 64% → 63% → 61% → 71% ↑

7,9 → 7,9 → 8,0 → 7,8 → 8,1

KULTURA

KULTURA

% ocen
8-10

59% → 65% → 63% → 60% → 68%

povprečna
ocena

7,7 → 7,9 → 7,8 → 7,6 → 8,0

2022 2023 2024 2025 2026

ogled znamenitosti /
muzejev / galerij /
razstav

64% → 66% → 66% → 70% → 71%

7,9 → 7,9 → 8,0 → 8,1 → 8,1

voden ogled mesta

57% → 60% → 65% → 54% → 69% ↑

7,4 → 7,8 → 7,9 → 7,4 → 8,0

obisk koncerta /
predstave / kulturne
prireditve

57% → 69% → 56% → 57% → 65% ↑

7,6 → 8,0 → 7,5 → 7,4 → 7,9

WELLNESS

wellness storitve

51% → 57% → 58% → 50% → 61% ↑

7,3 → 7,5 → 7,5 → 7,2 → 7,7

% ocen
8-10



POVPREČNA
OCENA

2022 2023 2024 2025 2026

2022 2023 2024 2025 2026

* dodano v 2025



Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.

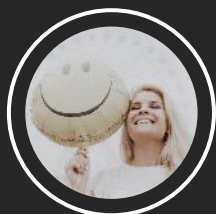
ZADOVOLJSTVO

% ocen 8-10



PO STRUKTURI OBISKOVALCEV 1/2

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI PO STRUKTURI OBISKOVALCEV



Obiskovalci med 35 in 55 let so v večji meri zadovoljni z občutkom varnosti, s prijaznostjo in gostoljubjem domačinov, urejenostjo okolice, možnostjo potovanja peš/s kolesom, urejenostjo poti za pešce, javnimi parkirišči ter z ogledom znamenitosti. Starejši od 55 let pa so v večji meri zadovoljni z ogledom športnih dogodkov.

Obiskovalci z višjim dohodkom so v večji meri zadovoljni z občutkom varnosti, s prijaznostjo in gostoljubjem domačinov, z urejenostjo okolice, možnostjo potovanja peš/s kolesom, urejenostjo poti za pešce ter možnostmi nakupovanja.

kulinarika	79%
občutek varnosti	85%
prijaznost in gostoljubje domačinov	80%
urejenost okolice	77%
označenost dostopa do in na območje znamenitosti	73%
skrb za zdravje	71%
vrednost za denar	67%
namestitev / nastanitev	70%
športno udejstvovanje	77%
ogled športnega dogodka, obisk športne prireditve	63%
možnost potovanja peš / s kolesom	82%
urejenost poti za pešce	79%
javna parkirišča	62%
javni prevoz	61%
nakupovanje	71%
ogled znamenitosti / muzejev / galerij / razstav	71%
voden ogled mesta	69%
obisk koncerta / predstave / kulturne prireditve	65%
wellness storitve	61%

TOTAL



SPOL

moški ženska

78%	79%
83%	86%
78%	81%
76%	79%
71%	74%
72%	69%
66%	69%
69%	72%
78%	75%
66%	59%
81%	83%
77%	81%
61%	64%
61%	59%
70%	73%
69%	72%
65%	73%
65%	66%
62%	61%



STAROST

15 do 34 let 35 do 54 let 55 let ali več

77%	83%	74%
80% ↓	91% ↑	86%
76% ↓	84% ↑	84%
73% ↓	83% ↑	79%
69%	76%	80%
68%	73%	85%
64%	71%	74%
67%	77%	67%
76%	79%	76%
59% ↓	69%	80% ↑
79%	87% ↑	77%
74% ↓	86% ↑	79%
58% ↓	70% ↑	59%
58%	65%	62%
69%	76%	71%
67% ↓	78% ↑	71%
70%	63%	74%
61%	72%	74%
60%	67%	56%



DOHODEK

brez rednega dohodka nižji povprečni višji

75%	74%	79%	85%
80%	82%	84%	90% ↑
75%	74% ↓	79%	88% ↑
71%	72% ↓	79%	83% ↑
69%	74%	70%	78%
69%	71%	71%	72%
64%	65%	68%	72%
71%	65%	70%	75%
80%	74%	77%	81%
60%	69%	65%	61%
84%	75% ↓	81%	87% ↑
76%	70% ↓	80%	86% ↑
61%	61%	65%	64%
59%	67%	58%	57%
72%	72%	68%	78% ↑
63%	70%	73%	73%
72%	70%	66%	68%
56%	71%	59%	71%
65%	59%	52%	68%

ZADOVOLJSTVO

% ocen 8-10



PO STRUKTURI OBISKOVALCEV 2/2

ZADOVOLJSTVO S POSAMEZNIMI KATEGORIJAMI PO STRUKTURI OBISKOVALCEV



Tuji obiskovalci so v večji meri bolj zadovoljni s posameznimi kategorijami kot slovenski obiskovalci (do razlik prihaja na skoraj vseh področjih).

Obiskovalci, katerih obisk je zasebne narave, so bolj zadovoljni z občutkom varnosti, prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov, urejenostjo okolice, možnostmi potovanja peš/s kolesom in urejenostjo poti za pešce. Enodnevni obiskovalci so v večji meri zadovoljni z možnostmi potovanja peš / s kolesom in urejenostjo poti za pešce.

	TOTAL	SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
		Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
kulinarika	79%	71% ↓	82% ↑	81%	73%	83%	76%
občutek varnosti	85%	72% ↓	89% ↑	86% ↑	76% ↓	88%	83%
prijaznost in gostoljubje domačinov	80%	71% ↓	83% ↑	83% ↑	68% ↓	83%	79%
urejenost okolice	77%	68% ↓	81% ↑	80% ↑	67% ↓	81%	76%
označenost dostopa do in na območje znamenitosti	73%	70%	74%	74%	66%	76%	71%
skrb za zdravje	71%	66%	74%	72%	69%	73%	70%
vrednost za denar	67%	60% ↓	70% ↑	69%	66%	68%	68%
namestitev / nastanitev	70%	59% ↓	74% ↑	72%	64%	63%	71%
športno udejstvovanje	77%	71% ↓	80% ↑	78%	73%	77%	76%
ogled športnega dogodka, obisk športne prireditve	63%	57%	67%	63%	66%	62%	64%
možnost potovanja peš / s kolesom	82%	76% ↓	84% ↑	84% ↑	72% ↓	87% ↑	80% ↓
urejenost poti za pešce	79%	71% ↓	82% ↑	82% ↑	65% ↓	83% ↑	77% ↓
javna parkirišča	62%	48% ↓	68% ↑	63%	61%	63%	62%
javni prevoz	61%	50% ↓	66% ↑	59%	63%	58%	61%
nakupovanje	71%	66% ↓	74% ↑	73%	68%	73%	71%
ogled znamenitosti / muzejev / galerij / razstav	71%	58% ↓	76% ↑	72%	69%	75%	70%
voden ogled mesta	69%	61% ↓	73% ↑	67%	72%	69%	68%
obisk koncerta / predstave / kulturne prireditve	65%	56% ↓	71% ↑	67%	63%	64%	66%
wellness storitve	61%	49% ↓	68% ↑	63%	58%	61%	62%

ZADOVOLJSTVO

RAZLOGI ZA

NEZADOVOLJSTVO -

ZELENA SHEMA



Deleži ocen med 0 in 4 so pri kategoriji zelena shema nizki. Najvišji je pri kategoriji **vrednost za denar** (3,6%), najnižji pa za **občutek varnosti** (1,6%). V primerjavi z lanskim letom, se je delež statistično značilno povečal pri kategoriji **prijaznost in gostoljubje** domačinov.

Q: V kolikšni meri ste v Mariboru zadovoljni z naslednjimi področji...

		% ocen 0-4 2025 2026	RAZLOGI ZA NEZADOVOLJSTVO	CITATI
	vrednost za denar	5,3% 3,6%	➤ Predrago ➤ Visoke cene, zlasti v gostinstvu ➤ Slaba vrednost za denar glede na lokacijo	"Cene vsega razen hrane v velikih trgovinah so precej visoke." "Podražilo se je vse." "Pivo dražje kot v lj." "Pričakoval sem, da bo vse nekoliko cenejše."
	skrb za zdravje	4,8% 2,8%	➤ Preveč sonca, premalo sence ➤ Slab dostop do urgentne pomoči ➤ Slabi zdravniki	"Preveč direktnega sonca." "Ni urgentne pomoči." "Mislim, da je veliko sonca, kljub vsem hišam se ljudje zlahka opečejo." "Slabi zdravniki."
	označenost dostopa do in na območje znamenitosti	4,0% 2,5%	➤ Turisti označb niso opazili ➤ Označbe niso jasne in očitne ➤ Želijo si več označb – kje je trta, kaj se vidi iz piramide	"Nismo videli znakov." "Staro mestno jedro bi lahko bilo bolje označeno iz parkirne hiše." "Še vedno je bilo težko najti najstarejšo trto."
	prijaznost in gostoljubje domačinov	0,8% 2,5% ↑	➤ Neprijetne osebne izkušnje turistov ➤ Nekateri nesramni ponudniki ➤ Agresivni posamezniki	"Malo agresivni." "Nekateri so zlobni in rasistični, kar je žalostno." "Nesramen lastnik trgovine pri Vzpenjači." "Grdi pogledi."
	urejenost okolice	2,0% 2,3%	➤ Slabo vzdrževanje javnih prostorov, okolice in čistoča ➤ Odpadki na javnih površinah	Samo staro mesto je očiščeno. Ostalo smrdi po smeteh.» "Smeti na cesti." "Park slabo urejen, trije ribniki zapuseni." "Trava ni pokosena."
	občutek varnosti	1,9% 1,6%	➤ Neprijeten občutek zaradi premalo naravne sence ➤ Prisotnost problematičnih posameznikov in skupin ➤ Nevarna vožnja e-skirojev	"Premalo dreves za senco." "Povsot divjajo električni skuterji." "Nevarni ljudje."

ZADOVOLJSTVO

RAZLOGI ZA NEZADOVOLJSTVO - MOBILNOST



Deleži ocen med 0 in 4 so pri kategoriji mobilnost najvišji za **javna parkirišča** (9,6%), visok je tudi za **javni prevoz** (6,1%). Delež je nizek za kategoriji **urejenost poti za pešce** (1,8%) in **možnost potovanja peš/s kolesom** (1,7%). V primerjavi z lanskim letom, se je delež statistično značilno znižal pri kategorijah **javna parkirišča** in **javni prevoz**.



% ocen 0-4
2025 2026

RAZLOGI ZA NEZADOVOLJSTVO

CITATI



javna parkirišča

14,5%

9,6%

- Premalo parkirišč
- Predraga parkirišča
- Premalo parkirišč v centru mesta

"Vsa so plačljiva in težje dostopna."

"V centru mesta ni parkirišč."

"Nikoli ni prostih."

"Ni jih dovolj."



javni prevoz

12,3%

5,8%

- Nejasen urnik dostopen samo v slovenščini
- Zamujanje avtobusov
- Drag javni prevoz
- Predolge, nesmiselne linije

"Premalo reden, predrag glede na dolzino poti."

"Ni dovolj pogost in predrag."

"Prepočasen."

"Stari avtobusi."

"Predrago."



urejenost poti za pešce

2,6%

1,6%

- Premalo dreves/sence na Lentu
- Slabo vzdrževane površine
- Preozke poti

"Na Lentu zelo malo sence, dreves bi moralo biti več."

"Slabo pokošeno, zakotni kotički polni umazanij."

"Povsod asfalt, predvsem na Lentu. Premalo dreves, ki bi nudila senco."

"Preozke poti."



možnost potovanja peš / s kolesom

0,9%

1,7%

- Ni veliko možnosti
- Premalo možnosti za izposajo koles

"Ni veliko možnosti."

"Preveč avtov."

"Nismo vedeli, kje so opcoje za kolesarjenj.e"

"Zelo malo je mest za izposajo koles, ob vikendih pa takšnih mest ni."

2025

2026

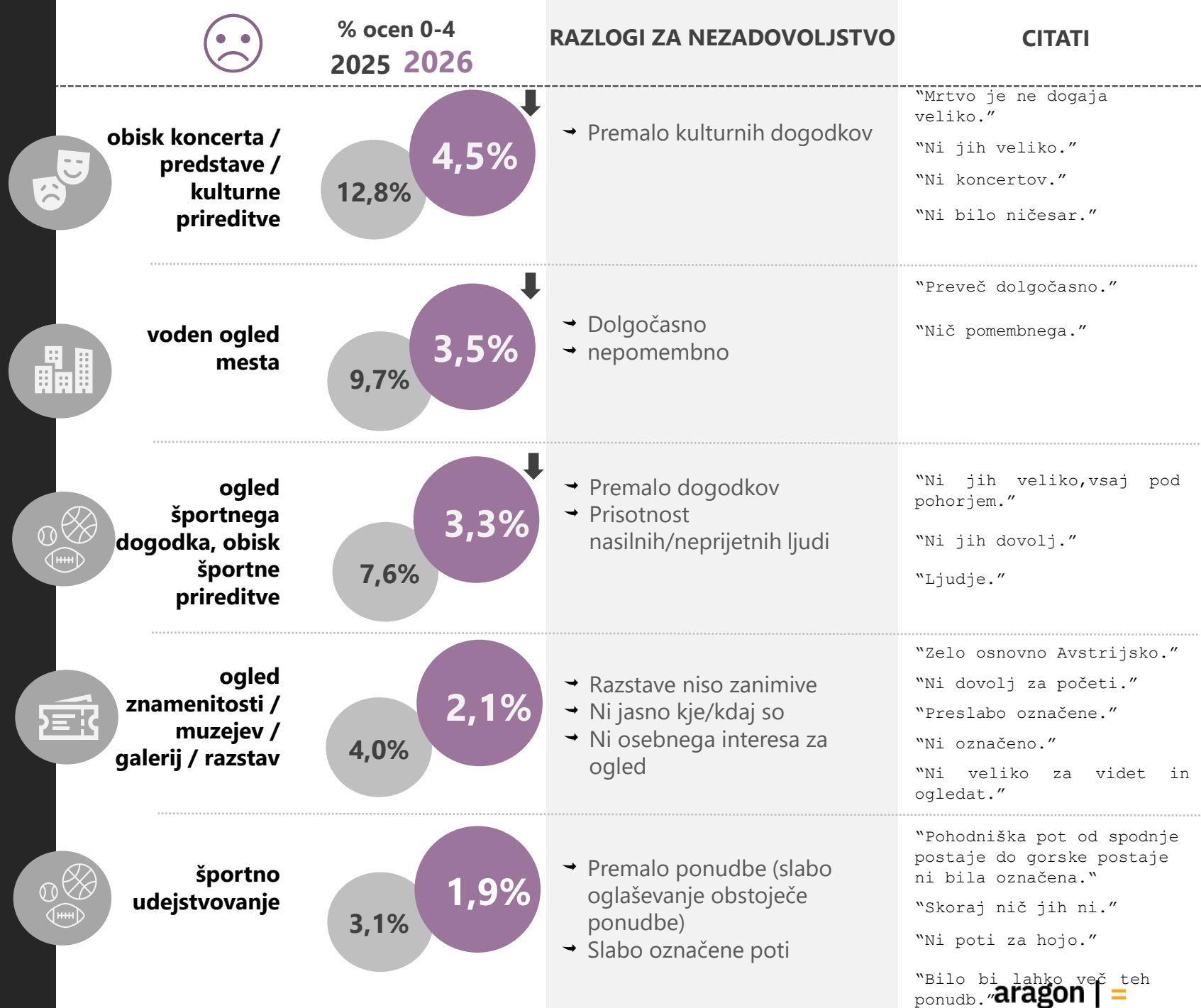
ZADOVOLJSTVO

RAZLOGI ZA NEZADOVOLJSTVO – ŠPORT IN KULTURA



Deleži ocen med 0 in 4 so pri kategoriji šport in kultura najvišji za **obisk koncerta / predstave / kulturne prireditve** (4,5%). Delež je najnižji za kategoriji **ogled znamenitosti / muzejev / galerij / razstav** (2,1%) in **športno udejstvovanje** (1,9%). V primerjavi z lanskim letom, se je delež statistično značilno znižal pri vseh kategorijah v skupini **šport in kultura** z izjemo kategorij **obisk koncerta / predstave / kulturne prireditve** in **športno udejstvovanje**.

Q: V kolikšni meri ste v Mariboru zadovoljni z naslednjimi področji....



ZADOVOLJSTVO

RAZLOGI ZA NEZADOVOLJSTVO Z OSTALIMI KATEGORIJAMI



Deleži ocen med 0 in 4 je med ostalimi kategorijami najvišji za **wellness storitve** (5,9%), najnižji pa je za zadovoljstvo s **kulinariko (hrana, pijača, lokalne specialitete...)** (1,7%). V primerjavi z lanskim letom, se je delež statistično značilno znižal pri kategoriji **wellness storitve** in **izkušnja z nakupovanjem**.



% ocen 0-4
2025 2026

RAZLOGI ZA NEZADOVOLJSTVO

CITATI

**Wellness storitve**

13,1%

5,9%

- ➔ Premalo wellness storitev
- ➔ Obstoječe so premalo oglaševane

"Premalo ponudbe."
"Premalo oz. niso dovolj oglaševane."
"Ni dobrega wellnessa."
"Ni jih dovolj."
"Maribor jih nima dovolj."

**Z namestitvijo / nastanitvijo**

3,8%

2,7%

- ➔ Visoke cene
- ➔ Negativne osebne izkušnje s posameznimi nastanitvami

"Ni dovolj poceni nastanitev."
"Zelo dragi hoteli."
"Zelo slaba izkušnja v hotelu Piramida."

**Z izkušnjo nakupovanja**

5,6%

2,5%

- ➔ Omejen izbor in ponudba
- ➔ Prekratek/neustrezen delovni čas

"Odpiralni čas."
"Ni dovolj izbire."
"Nič še nismo našli."
"Nakupovalni centri so premajhni."

**S kulinariko (hrana, pijača, lokalne specialitete...)**

1,5%

1,7%

- ➔ Ni dovolj izbire/raznolikosti
- ➔ Ni dovolj lokalne/tradicionalne hrane
- ➔ Predrago glede na kvaliteto

"Premalo ponudbe domače hrane v mestu, Zakaj je zaprto gostisce Pri treh ribnikih?."
"Veliko lokalov je zaprtih."
"V lokalnem kolesarskem parku v Mariboru sem imel slabo izkušnjo zaradi nizke kakovosti in visoke cene."

"Omejena izbira."

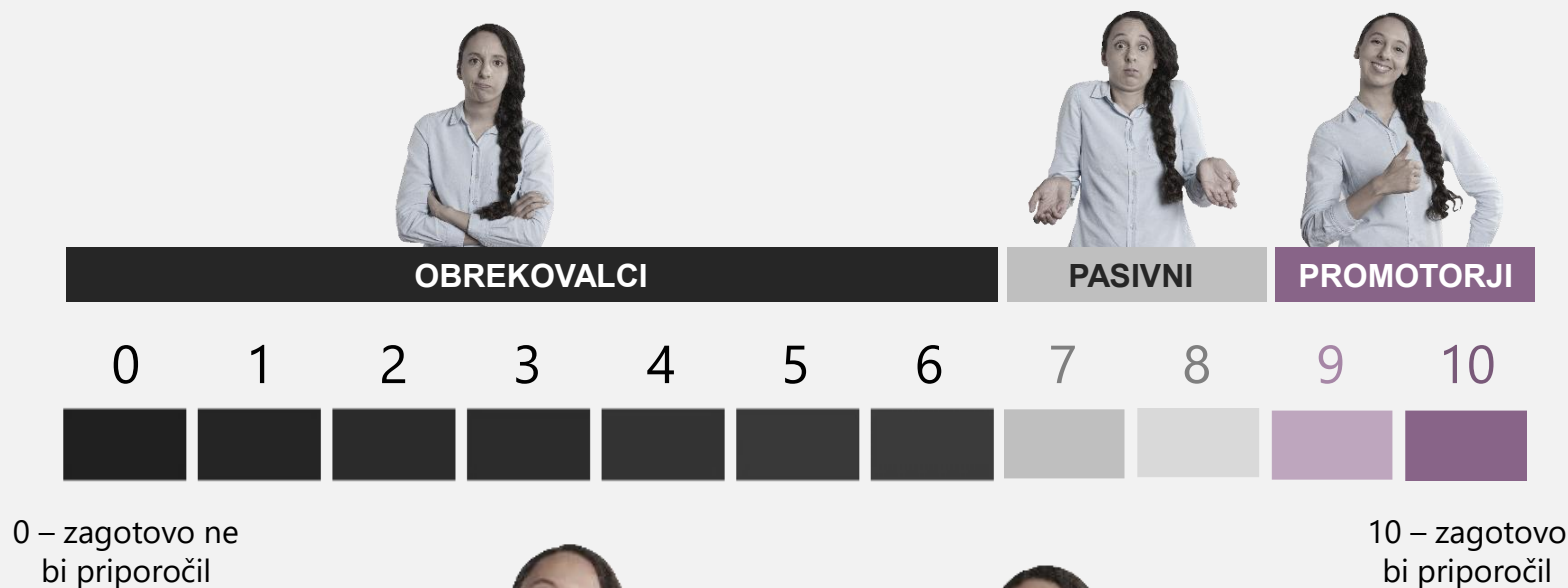


PRIPOROČILO

PRIPOROČILO

V sklopu priporočila smo ocene respondentov združili po meri "Net promoter score", ki jo je v sklopu merjenja lojalnosti leta 2003 uvedel Reichheld ter lahko znaša od -100 do +100. Pozitivno priporočilo (višje od 0) pomeni, da bi blagovno znamko več ljudi priporočilo kot je ne bi, negativen rezultat (nižje od 0) pomeni, da blagovne znamke več ljudi NE BI priporočilo kot bi.

Na lestvici od 0 do 10, kjer 0 pomeni 'zagotovo ne bi priporočil' ter 10 pomeni 'zagotovo bi priporočil', kako verjetno bi svojim prijateljem, znancem, sorodnikom priporočili obisk Maribora?

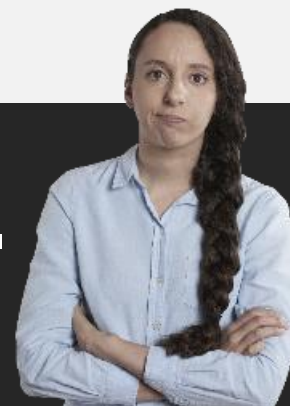


NPS OCENO

dobimo tako, da od % promotorjev
odštejemo % obrekovalcev.



—



=



NPS OCENA

PRIPOROČILO

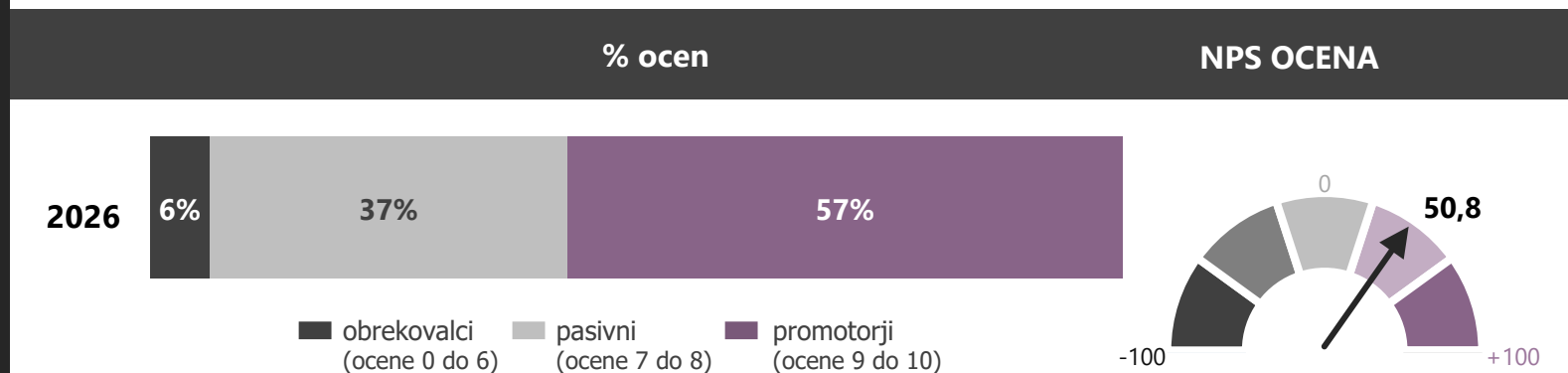
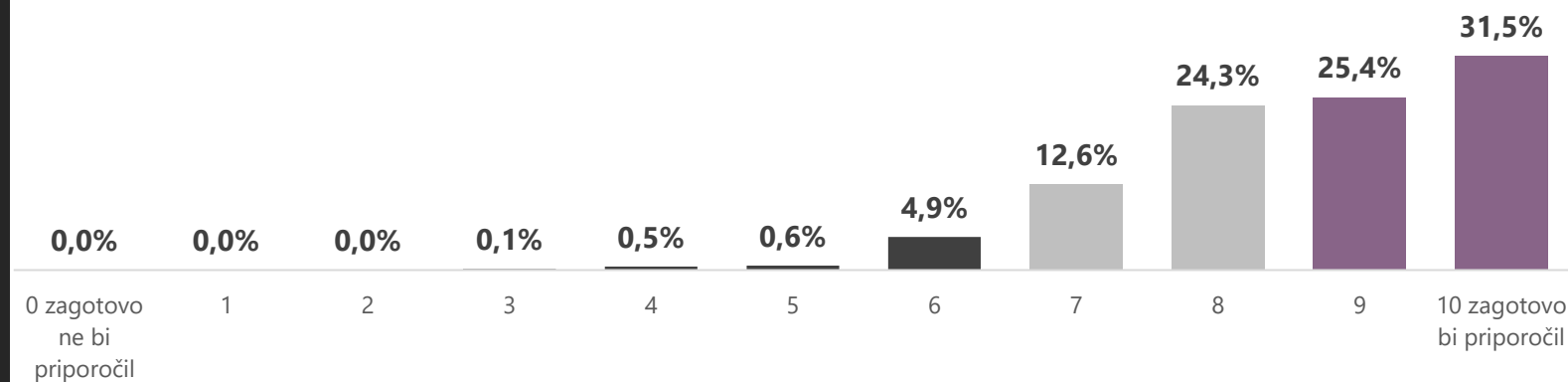
NPS OCENA



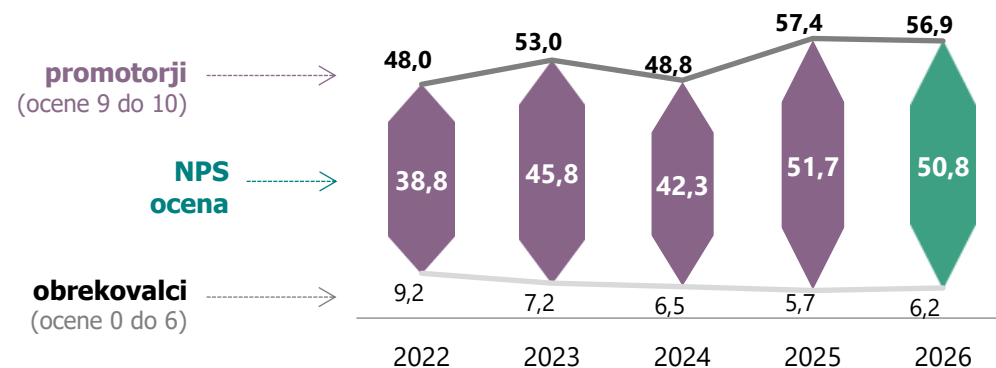
57% obiskovalcev Maribora bi obisk priporočilo tudi bližnjim osebam, na drugi strani 6% obiska ne bi priporočilo.

NPS ocena je pozitivna in znaša 50,8, kar pomeni, da je promotorjev mesta Maribor več kot je t.i. obrekovalcev.

Glede na preteklo leto je NPS malenkost nižji, vendar še vedno bistveno višji kot v letih 2024 ali prej.



NPS V ČASU



PRIPOROČILO

NPS OCENA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

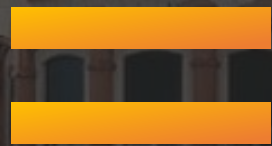
57% obiskovalcev bi priporočilo obisk Maribora svojim prijateljem, znancem in sorodnikom.

Glede na strukturo obiskovalcev prihaja do značilnih razlik glede priporočila, in sicer je značilno višji delež promotorjev med ženskami, obiskovalci med 35 in 54 let ter med tistimi, ki v Mariboru niso prenočili. Delež obiskovalcev, ki obiska Maribora ne bi niti priporočali niti odsvetovali je značilno višji med moškimi, mlajšimi obiskovalci (15 do 34 let) in obiskovalci, ki so v Mariboru prenočili. Delež obiskovalcev, ki obiska Maribora ne bi priporočali pa je značilno višji med mladimi obiskovalci (15 do 34 let) in obiskovalci, katerih primarni namen obiska je bil poslovne narave.

Q: Na lestvici od 0 do 10, kjer 0 pomeni 'zagotovo ne bi priporočil' ter 10 pomeni 'zagotovo bi priporočil', kako verjetno bi svojim prijateljem, znancem, sorodnikom priporočili obisk Maribora?

	TOTAL	 SPOL		 STAROST			 DOHODEK				 SLO / TUJCI		 PRIMARNI NAMEN		 NOČITEV	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
PROMOTORJI (% ocen 9-10)	57%	52% ↓	63% ↑	51% ↓	65% ↑	58%	63%	53%	57%	60%	55%	58%	59%	49%	64% ↑	53% ↓
PASIVNI (% ocen 7 in 8)	37%	41% ↑	32% ↓	41% ↑	32% ↓	36%	31%	40%	38%	34%	38%	36%	35%	39%	31% ↓	40% ↑
OBREKOVALCI (% ocen 0-6)	6%	7%	5%	8% ↑	3% ↓	6%	6%	7%	5%	6%	6%	6%	5% ↓	12% ↑	5%	6%
NPS OCENA	51%	45%	58%	43%	61%	53%	57%	46%	52%	53%	49%	52%	54%	37%	59%	47%

↑ ↓ Oznaka statistično značilnih razlik.



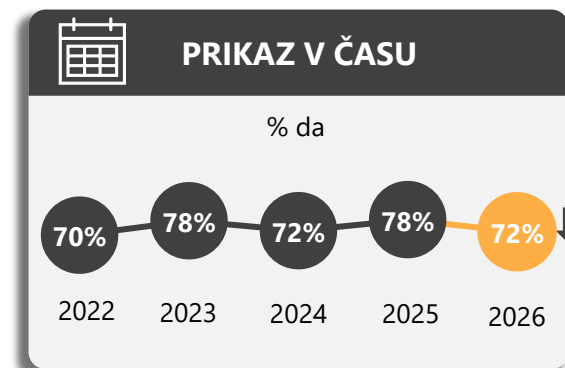
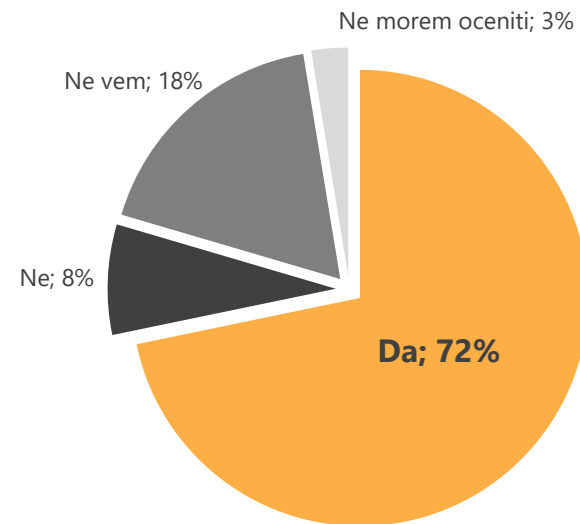
LOJALNOST

LOJALNOST

PONOVNI OBISK MARIBORA



Slabe tri četrtine obiskovalcev Maribora (72%) bi si na podlagi celotne izkušnje želela še kdaj vrniti na obisk mesta. Delež je glede na preteklo leto značilno nižji.



Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.

PONOVNI OBISK MARIBORA

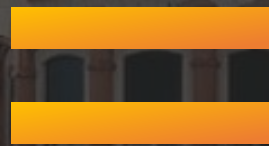
PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Višja intenca ponovnega obiska Maribora je izražena med obiskovalci iz Slovenije, tistimi, katerih primarni namen obiska je zasebne narave in obiskovalci, ki v Mariboru niso prenočili.

Q: Na podlagi celotne izkušnje v Mariboru, bi si želeli še kdaj obiskati Maribor?

	TOTAL	 SPOL		 STAROST			 DOHODEK				 SLO / TUJCI		 PRIMARNI NAMEN		 NOČITEV	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
2023	78%	79%	77%	76%	83%	75%	79%	88%	75%	75%	93% ↑	74% ↓	77%	87%	76%	80%
2024	72%	73%	72%	73%	73%	70%	78%	81%	74%	67%	94% ↑	68% ↓	72%	88%	73%	72%
2025	78%	81%	76%	77%	78%	82%	78%	79%	81%	79%	97% ↑	73% ↓	78%	88%	82% ↑	75% ↓
2026	72%	71%	72%	71%	72%	74%	71%	64%	73%	76%	82% ↑	68% ↓	76% ↑	55% ↓	79% ↑	67% ↓

↑↓ Oznaka statistično značilnih razlik.



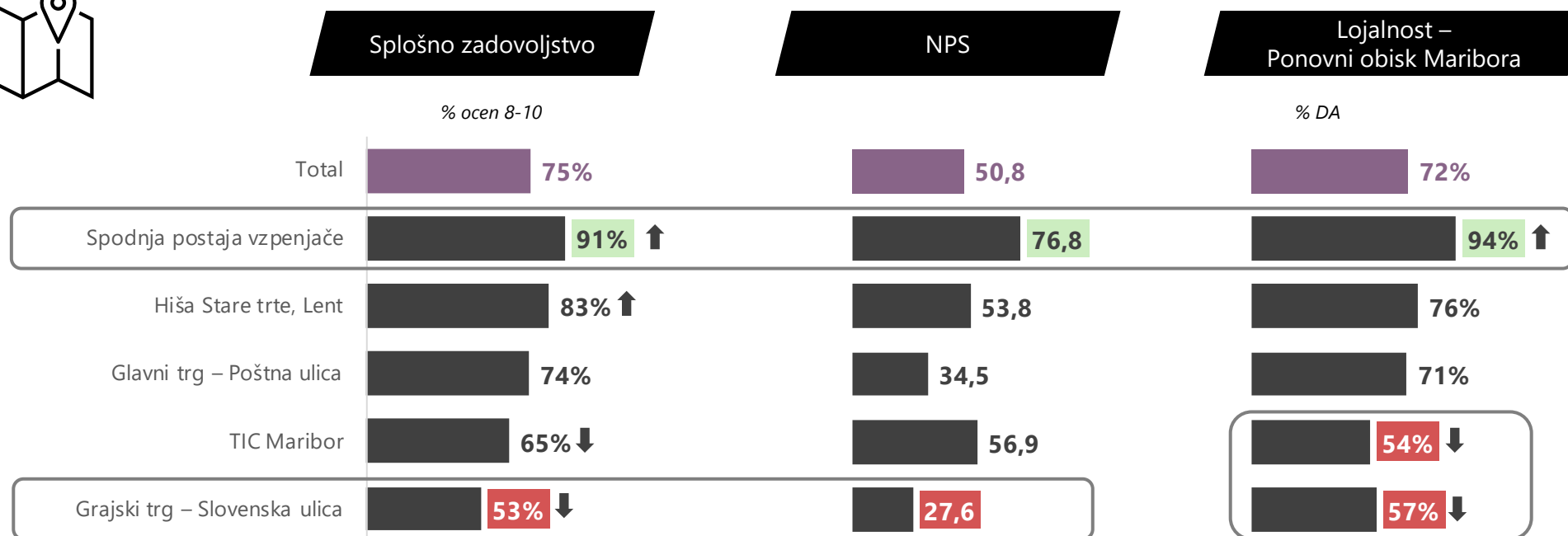
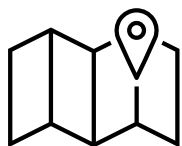
PREGLED GLAVNIH KPI GLEDE NA MESTO PRESTREZANJA

PREGLED GLAVNIH KPI

PREGLED GLAVNIH KPI

GLEDE NA LOKACIJO PRESTREZANJA OBISKOVALCEV

Najvišje vrednosti KPI-jev so bile izmerjene med obiskovalci, anketiranimi pri Spodnji postaji vzpenjače. V primerjavi z obiskovalci, anketiranimi na drugih lokacijah, izkazujejo najvišjo stopnjo zadovoljstva, najvišji NPS ter najvišjo namero za ponovni obisk Maribora. Sledijo jim obiskovalci, prestreženi pri Hiši Stare trte oziroma oz. Lentu, medtem ko so najnižje vrednosti KPI-jev izmerjene med obiskovalci, prestreženimi na območju Grajskega trga in Slovenske ulice.



Statistično značilne
razlike med lokacijami.



lokacija z najvišjim KPI

lokacija z najnižjim KPI



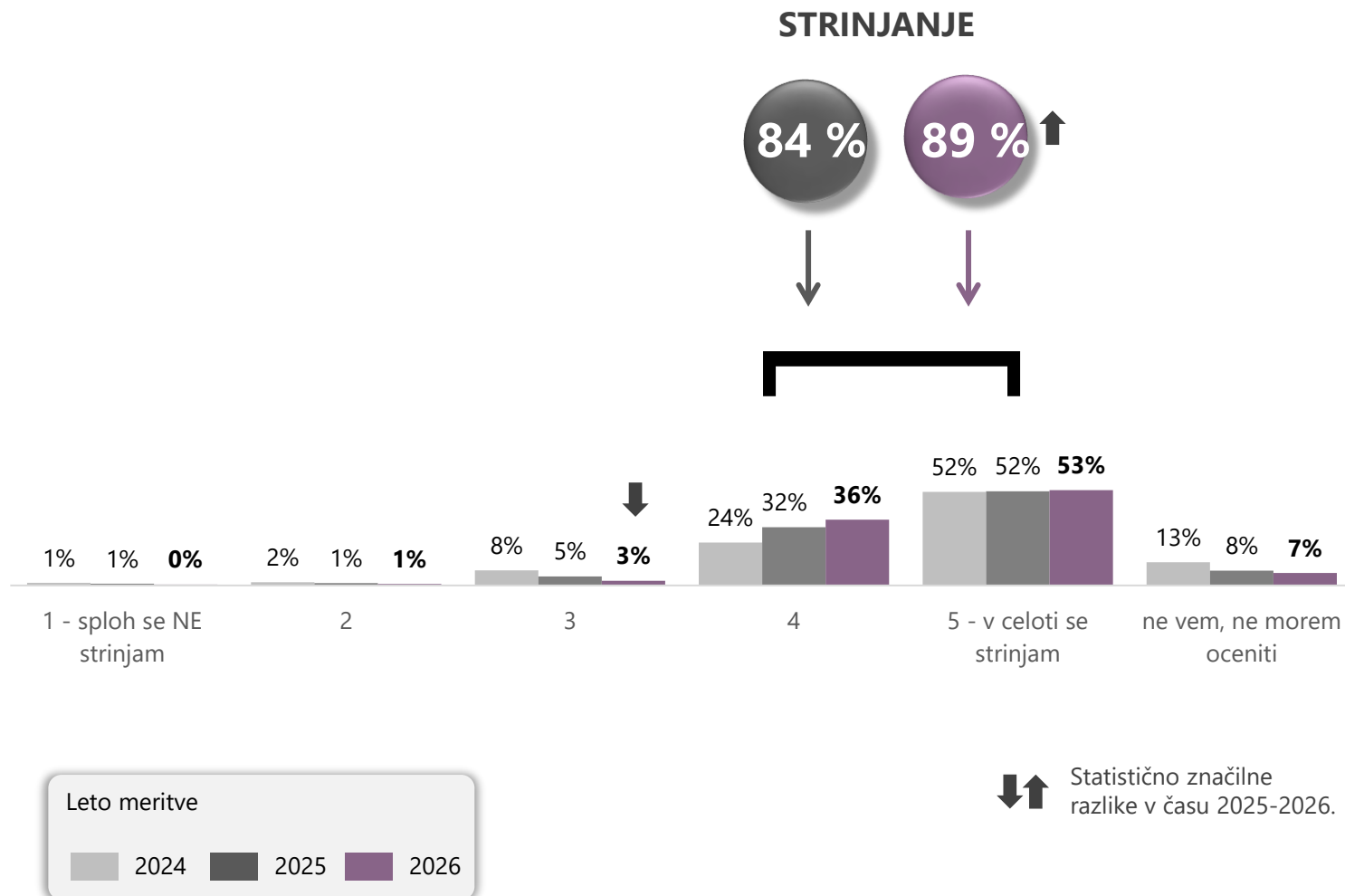
TRAJNOSTNI TURIZEM

ZELENO MESTO POZICIONIRANJE MARIBORA



Večina (89%) obiskovalcev Maribora se strinja s pozicioniranjem Maribora kot **zelenega** mesta. Delež je značilno višji kot preteklo leto (84%).

»Mesto Maribor je zeleno mesto, zaradi svoje edinstvene lege v neposredni bližini Pohorja in vinskih cest, dostopne lokalne gastronomije, zdrave pitne vode iz pipe, učinkovitega sistema izposoja koles, omejenega prometa v mestnem jedru, odsotnosti množičnega turizma, visoke stopnje varnost in gostoljubnega lokalnega prebivalstva.«.



Q: Na lestvici od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (v celoti se strinjam), v kolikšni meri se strinjate s trditvijo?

POZICIONIRANJE MARIBORA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Obiskovalci stari med 35 in 54 let se v večji meri kot ostali **v celoti** strinjajo s tem, da je Maribor zeleno mesto.

»Mesto Maribor je zeleno mesto, zaradi svoje edinstvene lege v neposredni bližini Pohorja in vinskih cest, dostopne lokalne gastronomije, zdrave pitne vode iz pipe, učinkovitega sistema izposoja koles, omejenega prometa v mestnem jedru, odsotnosti množičnega turizma, visoke stopnje varnost in gostoljubnega lokalnega prebivalstva.«.

Q: Na lestvici od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (v celoti se strinjam), v kolikšni meri se strinjate s trditvijo?

		TOTAL															
			SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
			moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
2024	4 - strinjam se	24%	27%	21%	28%	21%	22%	31%	27%	17%	26%	26%	23%	24%	29%	20%	26%
	5 - v celoti se strinjam	52%	50%	54%	48%	56%	51%	47%	50%	55%	49%	49%	52%	52%	47%	48%	56%
2025	4 - strinjam se	32%	35%	30%	41%	↑ 27%	↓ 19%	45%	↑ 40%	30%	26%	↓ 34%	32%	31%	41%	30%	34%
	5 - v celoti se strinjam	52%	49%	55%	42%	↓ 58%	↑ 69%	38%	↓ 43%	56%	62%	↑ 60%	↓ 50%	53%	49%	52%	54%
2026	4 - strinjam se	36%	40%	33%	41%	↑ 33%	28%	44%	42%	37%	29%	40%	35%	37%	33%	36%	37%
	5 - v celoti se strinjam	53%	50%	56%	48%	↓ 58%	↑ 56%	48%	46%	54%	59%	53%	53%	53%	55%	51%	54%

TRAJNOSTNI TURIZEM

SPODBUDA K TRAJNOSTNEMU DELOVANJU



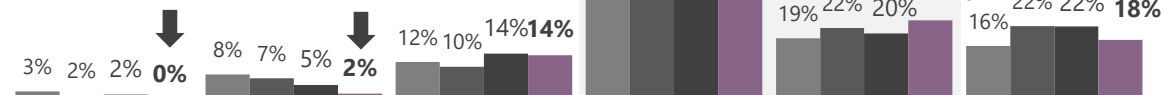
Dve tretjini obiskovalcev (66%) se strinjata, da Maribor obiskovalce spodbuja k trajnostnemu in odgovornemu ravnanju. Nekoliko višji je delež tistih, ki menijo, da mesto spodbuja okolju prijazno ravnanje (68%) in uporabo trajnostnih oblik prevoza (72%). V primerjavi z letom 2025 je pri vseh treh vidikih spodbude delež tistih obiskovalcev, ki se strinjajo značilno višji.

MESTO MARIBOR SPODBUJA OBISKOVALCE, DA...



... se obnašajo trajnostno in odgovorno

(nudi dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi/lokalnih proizvodih, nudi dovolj informacij, kako se obnašati odgovorno ...)



... se obnašajo ekološko

(nudi dovolj mest za ločevanje odpadkov, nudi informacije o varčevanju z energijo in z vodo ...)



... uporabljajo trajnostne oblike transporta

(kolo, peščenje, električno skiro, avtobus, vlak ...)



1
sploh se ne
strinjam

2
se ne strinjam

3
niti, niti

4
strinjam se

5
v celoti se
strinjam

Ne vem, ne
morem
oceniti



Statistično značilne
razlike v času 2025-2026.

Leto meritve

2023 2024 2025 2026

% ocen
4-5

57%

66% ↑

60%

68% ↑

66%

72% ↑

SPODBUDA K TRAJNOSTNEMU DELOVANJU

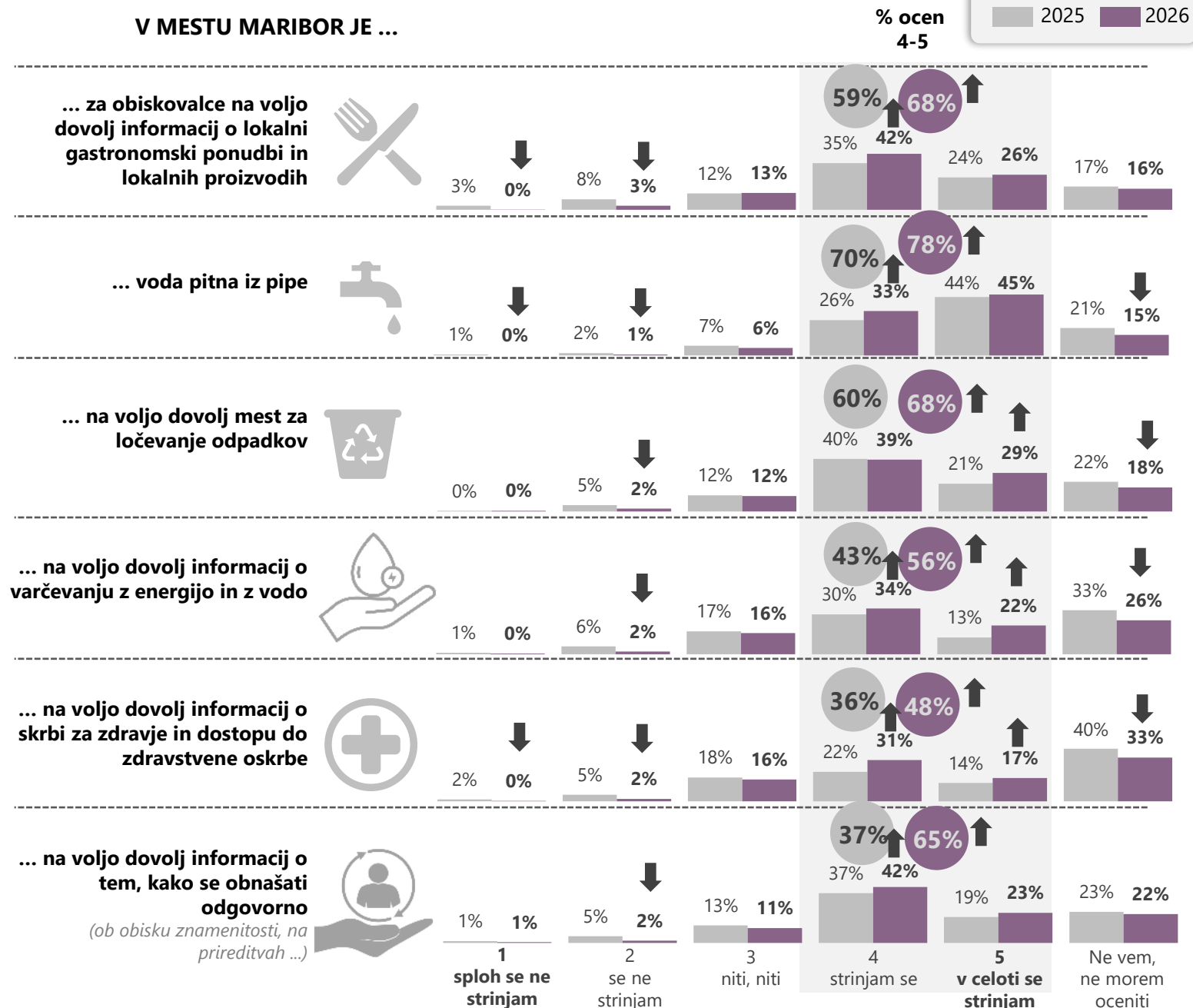


8 od 10ih obiskovalcev Maribora se strinja, da je v mestu Maribor voda pitna iz pipe, medtem ko se jih 7 od 10ih strinja s tem, da je na voljo dovolj mest za ločevanje odpadkov in da je za obiskovalce na voljo dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih. Najmanj obiskovalcev (približno 5 od 10ih) se strinja s tem, da je na voljo dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe.

V primerjavi z letom 2025 je pri vseh navedenih trditvah zaznati višjo stopnjo strinjanja obiskovalcev.

Q: Navedenih je nekaj trditev povezanih s spodbudami in prizadevanji mesta Maribor k trajnostnemu delovanju obiskovalcev. Pri vsaki trditvi označite, ali se z njo strinjate ali ne strinjate.

V MESTU MARIBOR JE ...



TRAJNOSTNI TURIZEM

SPODBUDA K TRAJNOSTNEMU DELOVANJU



Dve tretjini obiskovalcev (65%) se strinjata, da Maribor nudi dovolj spodbud za uporabo trajnostnih oblik transporta za prihod na destinacijo.

Dobra polovica obiskovalcev (54%) Maribora pa meni, da je v Mariboru na voljo dovolj ponudbe brezmesne prehrane.

V MESTU MARIBOR JE ...



...dovolj spodbud za obiskovalce, da za prihod na destinacijo uporabijo bolj trajnostne oblike transporta (vlak, avtobus, električni avtomobili, kolo, pešačenje,...).



...na voljo dovolj ponudbe brezmesne prehrane (veganske in vegetarijanske opcije v restavracijah, ponudba svežega sadja in zelenjave).



1
sploh se ne
strinjam

2
se ne
strinjam

3
niti, niti

4
strinjam se

5
v celoti se
strinjam

Ne vem,
ne morem
oceniti

% ocen
4-5

65%

54%

Leto meritve

2026

* Trditvi sta bili v merjenje uvrščeni v 2026.

SPODBUDA K TRAJNOSTNEMU DELOVANJU PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Obiskovalci stari med 15 in 34 let, tisti s povprečnim dohodkom, Slovenci, obiskovalci, katerih primarni namen obiska je poslovne narave in obiskovalci, ki v mestu prenočijo se v večji meri strinjajo s tem, da Maribor spodbuja in si prizadeva k trajnostnemu delovanju obiskovalcev.

Q: Navedenih je nekaj trditev povezanih s spodbudami in prizadevanji mesta Maribor k trajnostnemu delovanju obiskovalcev. Pri vsaki trditvi označite, ali se z njo strinjate ali ne strinjate. Mesto Maribor spodbuja obiskovalce,...

% ocen 4-5																
		SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
TOTAL		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
se obnašajo trajnostno in odgovorno	66%	65%	66%	67%	64%	66%	64%	68%	76%↑	61%↓	73%↑	64%↓	64%↓	76%↑	59%↓	70%↑
se obnašajo ekološko	68%	68%	69%	72%↑	64%↓	63%	70%	70%	77%↑	62%↓	75%↑	66%↓	66%↓	81%↑	61%↓	72%↑
uporabljajo trajnostne oblike transporta	72%	72%	71%	78%↑	66%↓	62%↓	76%	75%	78%↑	66%↓	82%↑	68%↓	70%↓	82%↑	66%↓	74%↑
dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih	68%	65%↓	72%↑	73%↑	64%	60%	70%	73%	76%↑	61%↓	76%↑	66%↓	67%	74%	65%	70%
je voda pitna iz pipe	78%	80%	77%	84%↑	73%↓	72%	85%	86%	81%	74%↓	89%↑	75%↓	77%↓	87%↑	70%↓	83%↑
na voljo dovolj mest za ločevanje odpadkov	68%	69%	66%	73%↑	62%↓	64%	72%	68%	77%↑	63%↓	75%↑	65%↓	65%↓	79%↑	63%	70%
dovolj informacij o varčevanju z energijo in z vodo	56%	57%	56%	63%↑	47%↓	56%	59%	62%	66%↑	46%↓	73%↑	50%↓	52%↓	77%↑	44%↓	62%↑
dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe	48%	53%↑	44%↓	57%↑	39%↓	41%	52%	55%	57%↑	40%↓	64%↑	43%↓	44%↓	69%↑	39%↓	53%↑
dovolj informacij o tem, kako se obnašati odgovorno	65%	64%	66%	71%↑	58%↓	59%	70%	66%	71%↑	59%↓	75%↑	61%↓	62%↓	82%↑	54%↓	70%↑
dovolj ponudbe brezmesne prehrane	54%	56%	52%	58%↑	48%↓	54%	55%	58%	60%↑	49%↓	65%↑	50%↓	49%↓	72%↑	45%↓	58%↑
za prihod na destinacijo uporabijo bolj trajnostne oblike transporta	65%	69%↑	62%↓	72%↑	59%↓	60%	65%	70%	77%↑	57%↓	73%↑	63%↓	64%	70%	59%↓	69%↑

↑↓ Oznaka statistično značilnih razlik.

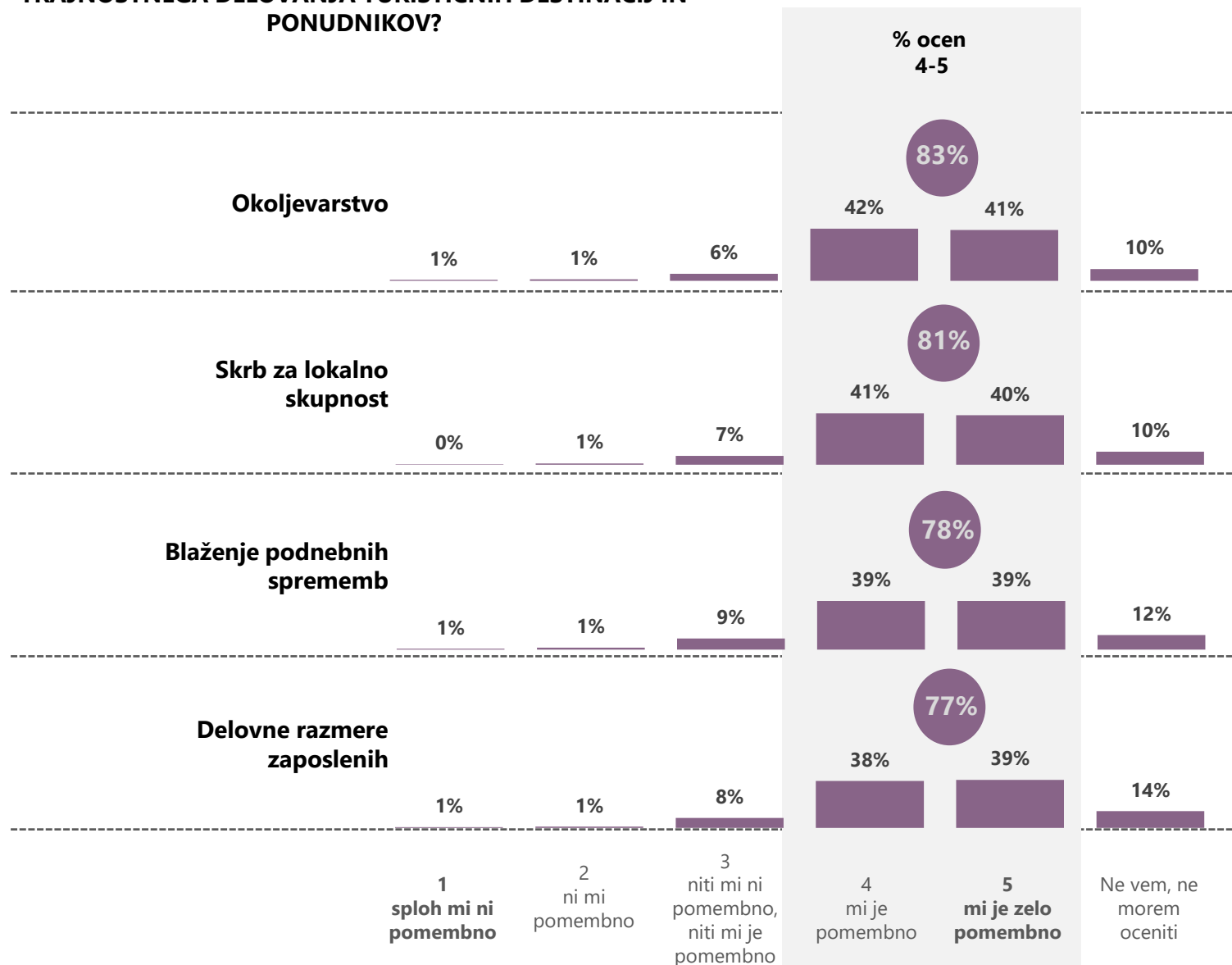
TRAJNOSTNI TURIZEM

POMEMBNOST TRAJNOSTNEGA DELOVANJA DESTINACIJE / PONUDNIKOV



Večini obiskovalcev (približno 8 od 10) so pomembni vsi vidiki trajnostnega delovanja turističnih destinacij in ponudnikov. Najpomembnejša sta jim okoljevarstvo in skrb za lokalno skupnost, malenkost manj pa delovne razmere zaposlenih in blaženje podnebnih sprememb.

KAKO POMEMBNI SO VAM NASLEDNJI VIDIKI TRAJNOSTNEGA DELOVANJA TURISTIČNIH DESTINACIJ IN PONUDNIKOV?



Leto meritve
2026

* Trditve so bile v merjenje uvrščene v 2026.

POMEMBNOST TRAJNOSTNEGA DELOVANJA DESTINACIJE/PONUĐNIKOV PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Ženske v značilno večji meri kot moški vse vidike trajnostnega delovanja destinacij oziroma ponudnikov ocenjujejo kot zelo pomembne. Slovenski obiskovalci in tisti, ki obiščejo Maribor iz poslovnih razlogov v večji meri ocenjujejo pomembnost trajnostnega delovanja z vidika delovnih razmer zaposlenih. Obiskovalcem, ki v Mariboru prenočijo vsaj eno noč, so v večji meri pomembni vsi vidiki trajnostnega delovanja, kar se kaže v značilno višjih ocenah pri oceni 4 (mi je pomembno).

Q: Kako pomembni so vam naslednji vidiki trajnostnega delovanja turističnih destinacij in ponudnikov?

																	
			SPOL	STAROST	DOHODEK	SLO / TUJCI	PRIMARNI NAMEN	NOČITEV									
			moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Delovne razmere zaposlenih	4 - mi je pomembno	38%	42% ↑	34% ↓	42% ↑	32% ↓	39%	33%	49% ↑	44% ↑	31% ↓	47% ↑	35% ↓	36% ↓	50% ↑	33% ↓	41% ↑
	5 - mi je zelo pomembno	39%	34% ↓	44% ↑	38%	40%	40%	44%	35%	35%	43%	38%	39%	40%	36%	40% ↑	37% ↓
Skrb za lokalno skupnost	4 - mi je pomembno	41%	44%	38%	45%	38%	34%	39%	51% ↑	46%	36% ↓	48%	39%	41%	44%	37% ↓	44% ↑
	5 - mi je zelo pomembno	40%	35% ↓	45% ↑	38%	39%	47%	43%	35%	39%	43%	36%	41%	40%	41%	40%	40%
Okoljevarstvo	4 - mi je pomembno	42%	44% ↑	40% ↓	45% ↑	39%	37%	41%	49% ↑	48% ↑	36% ↓	49% ↑	40% ↓	40%	52%	32% ↓	47% ↑
	5 - mi je zelo pomembno	41%	36% ↓	45% ↑	41%	40%	44%	44%	36%	38% ↓	44%	37%	42%	42%	34%	46% ↑	38% ↓
Blaženje podnebnih sprememb	4 - mi je pomembno	39%	44% ↑	33% ↓	42% ↑	35% ↓	34%	36%	45% ↑	47% ↑	31% ↓	43% ↑	37% ↓	37% ↓	48% ↑	33% ↓	43% ↑
	5 - mi je zelo pomembno	39%	32% ↓	46% ↑	40%	36%	46%	44%	38%	32% ↓	43%	39%	39%	40%	34%	42%	37%

↑↓ Oznaka statistično značilnih razlik.

TRAJNOSTNI TURIZEM

PREPOZNAVANOST SLOVENIA GREEN



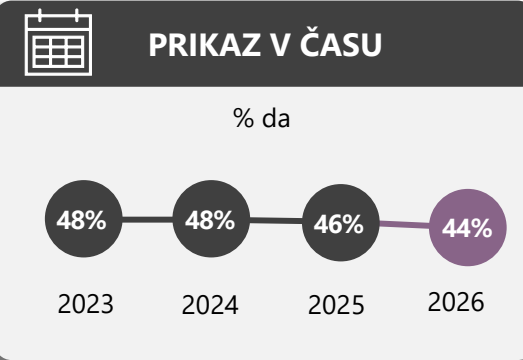
Slaba polovica obiskovalcev mesta Maribor (44%) pozna slovensko znamko za trajnost v turizmu - Slovenia Green. V času je moč opaziti trend upada poznavanja znamke Slovenia Green.



SLOVENIA
GREEN

44%

pozna slovensko
znamko za trajnost v
turizmu Slovenia Green



PREPOZNAVANOST ZNAMKE SLOVENIA GREEN

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Slaba polovica obiskovalcev mesta Maribor (44%) pozna slovensko znamko za trajnost v turizmu - Slovenia Green. Znamka je v značilno večji meri poznana slovenskim obiskovalcem. V večji meri jo poznajo tudi tisti obiskovalci, ki so Maribor obiskali iz poslovnih razlogov (razlika glede na obiskovalce, katerih obisk je bil zasebne narave, sicer ni značilna).

Q: Ali poznate slovensko znamko za trajnost v turizmu Slovenia Green?

% DA																
		SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
TOTAL		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 let ali več	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
2023	48%	51%	44%	56% ↑	46%	37% ↓	54%	52%	48%	48%	77% ↑	40% ↓	46% ↓	80% ↑	52%	44%
2024	48%	45%	51%	43%	47%	57%	55%	67% ↑	49%	43%	88% ↑	40% ↓	46% ↓	82% ↑	47%	49%
2025	46%	46%	46%	44%	45%	57% ↑	48%	53%	48%	45%	80% ↑	36% ↓	45% ↓	66% ↑	51% ↑	41% ↓
2026	44%	43%	45%	42%	45%	46%	51%	42%	48%	40%	74% ↑	34% ↓	42%	51%	46%	42%

TRAJNOSTNI TURIZEM

PREDLOGI ZA TRAJNOSTNI TURIZEM



Dve tretjini obiskovalcev (66%) ni podalo nobenega predloga za bolj zeleno turistično ponudbo Maribora oz. je bila z vsem zadovoljna. Tretjina je navedla predloge, med katere sodijo predvsem: več zelenih površin/dreves/rož/parkov, ureditev javnega prometa (več avtobusov/vlakov, električna vozila), boljša promocija in informiranje (dostopnost informacij o javnem prometu, oznake in obvestila,...), več košev za smeti (za ločeno zbiranje), ureditev kolesarstva (več koles za izposajo, boljša infrastruktura), več pitnikov v mestu, izboljšanje izgleda mesta (več čistoče, urejenost okolice) in ureditev sprehajalnih poti.

Q: Kaj bi po vašem mnenju mesto Maribor še lahko naredilo za bolj zeleno turistično ponudbo?



18% Nič, vse je v redu

2025; 19%



48% Ne vem, brez predloga

2025; 46%



34% Predlogi

2025; 35%



več zelenih
površin/dreves/rož/
parkov



ureditev javnega
prometa



boljša promocija
in informiranje



več košev za smeti



ureditev kolesarstva
(več koles za izposajo,
boljša infrastruktura)



več pitnikov v
mestu



izboljšanje
izgleda mesta



ureditev
sprehajalnih poti

OBREMENITEV
DESTINACIJE

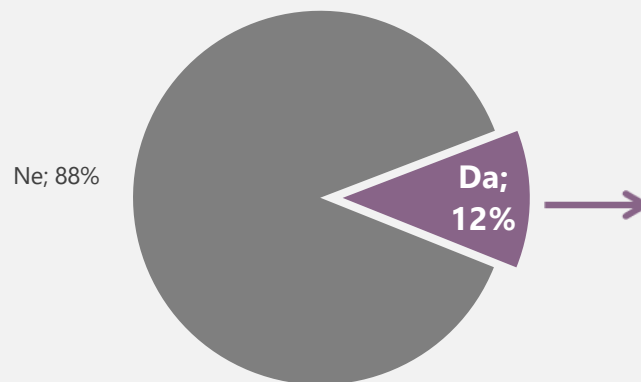
OBREMENITEV DESTINACIJE

ZAZNAVANJE OBREMENITVE DESTINACIJE

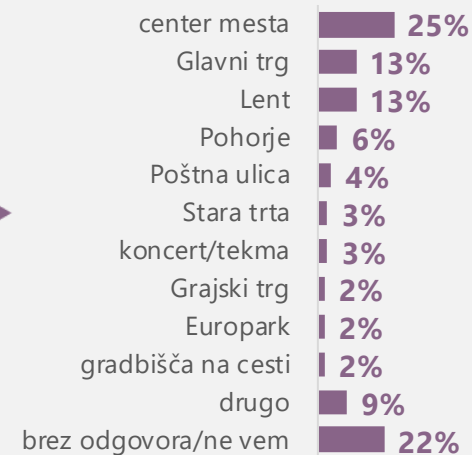


Preobremenjenost oziroma gnečo je med obiskom Maribora zaznala desetina obiskovalcev (12%). Enak delež je stopnjo obremenjenosti mesta ocenil kot visoko ali zelo visoko. Med najbolj obremenjenimi območji in znamenitostmi izstopa predvsem center mesta, sledita Glavni trg in Lent, ki sta bila prav tako v večji meri prepoznana kot območji z večjo obremenjenostjo.

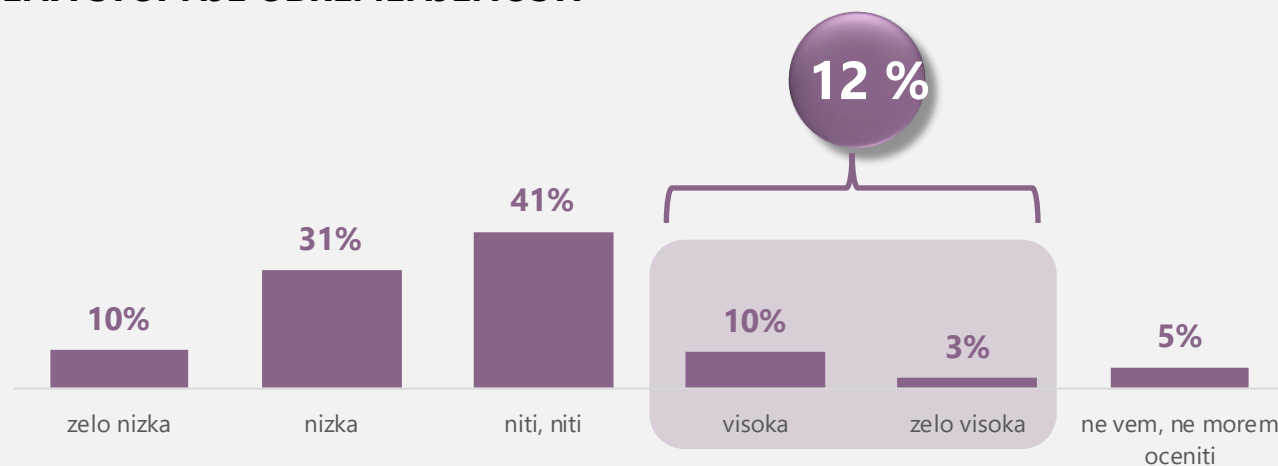
ZAZNAVA PREOBREMENJENOSTI



Območja preobremenjenosti



OCENA STOPNJE OBREMENJENOSTI



OBREMENITEV DESTINACIJE

ZAZNAVANJE OBREMENITVE DESTINACIJE PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Gnečo oziroma preobremenjenost posameznih lokacij v večji meri zaznavajo obiskovalci med 15 in 34 let, Slovenci, obiskovalci, katerih primarni namen obiska je poslovne narave in obiskovalci, ki v mestu vsaj enkrat prenočijo.

Visoka/zelo visoka obremenjenost mesta je v večji meri ocenjena med Slovenci in obiskovalci, katerih primarni namen obiska je poslovne narave.

Q: Ali ste med obiskom Maribora na posameznih lokacijah zaznali gnečo ali preobremenjenost?

Q: Kako bi ocenili splošno stopnjo obremenjenosti destinacije Maribor v času vašega obiska?

Zaznava preobremenjenosti		TOTAL	SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
	% Da		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Oцена obremenitve		TOTAL	moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Zelo nizka/nizka		41%	41%	42%	40%	42%	44%	41%	38%	35%	48%	34% ↓	43% ↑	42%	35%	48% ↑	38% ↓
Niti nizka niti visoka		41%	41%	41%	42%	40%	41%	39%	45%	48%	35%	45%	40%	40%	46%	35% ↓	45% ↑
Visoka/zelo visoka		12%	14%	11%	14%	11%	11%	16%	13%	11%	10%	18% ↑	10% ↓	11% ↓	19% ↑	11%	12%

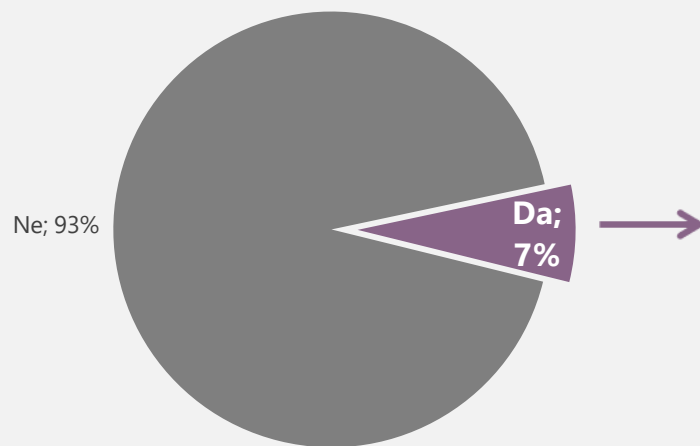
OBREMENITEV DESTINACIJE

VPLIV NA SPREMEMBO NAČRTOV IN CELOTNO IZKUŠNJO

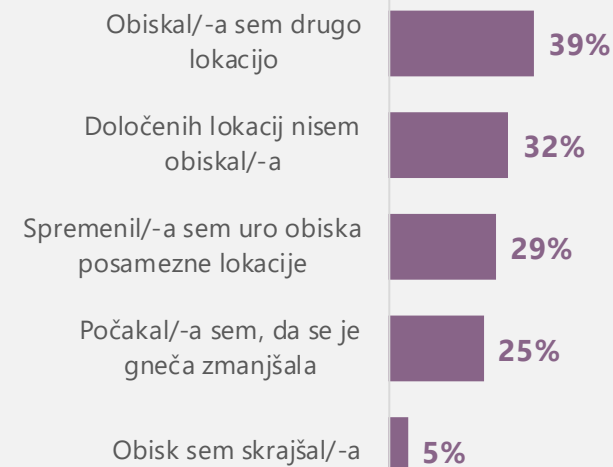


Le manjši delež obiskovalcev (7%) je zaradi gneče med obiskom Maribora spremenil svoje načrte. Najpogosteje so načrte spremenili tako, da so obiskali drugo lokacijo, se posameznim lokacijam odpovedali, prilagodili čas obiska ali počakali, da se je gneča zmanjšala. Le peščica jih je zaradi gneče obisk skrajšala. Desetina obiskovalcev navaja, da je gneča vplivala na njihovo celotno izkušnjo obiska Maribora.

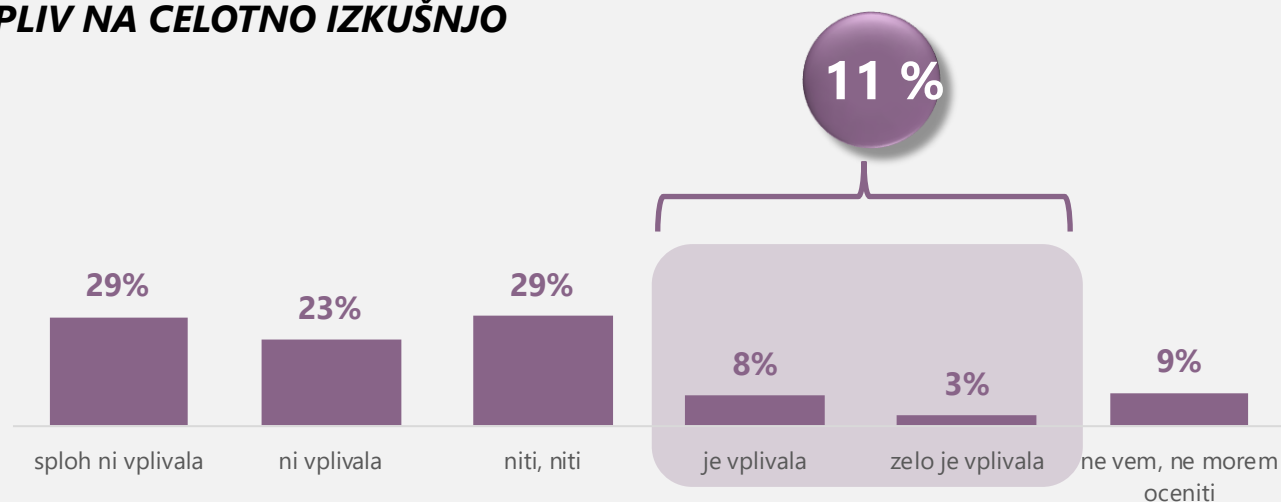
VPLIV NA SPREMEMBNO NAČRTOV



NAČIN SPREMEMBE



VPLIV NA CELOTNO IZKUŠNJO



Q: Ali ste zaradi gneče med obiskom Maribora spremenili svoje načrte?
Q: Na kakšen način ste spremenili svoje načrte?
Q: V kolikšni meri je gneča vplivala na vašo celotno izkušnjo obiska Maribora?

OBREMENITEV DESTINACIJE

VPLIV NA SPREMEMBO NAČRTOV IN CELOTNO IZKUŠNJO

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Gneča je na spremembo načrtov v večji meri vplivala na obiskovalce, stare med 15 in 34 let, Slovence in obiskovalce, katerih primarni namen obiska je bil poslovne narave.

Q: Ali ste zaradi gneče med obiskom Maribora spremenili svoje načrte?

Q: V kolikšni meri je gneča vplivala na vašo celotno izkušnjo obiska Maribora?

Vpliv na spremembo načrtov		TOTAL		SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
% Da		7%		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
				7%	7%	10% ↑	3% ↓	10%	10%	8%	9%	4%	10% ↑	6% ↓	5% ↓	18% ↑	5%	8%
Vpliv na celotno izkušnjo		TOTAL		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Sploh ni vplivala/ni vplivala		51%		49%	55%	48% ↓	57% ↑	49%	55%	44%	49%	55%	44%	54%	55%	31%	61%	46%
Niti - niti		29%		33% ↑	24% ↓	32% ↑	22% ↓	36%	30%	36%	33%	22%	38%	26%	25%	46%	20%	34%
Vplivala/zelo je vplivala		11%		11%	10%	12%	9%	11%	10%	15%	8%	12%	13%	10%	9%	23%	9%	12%

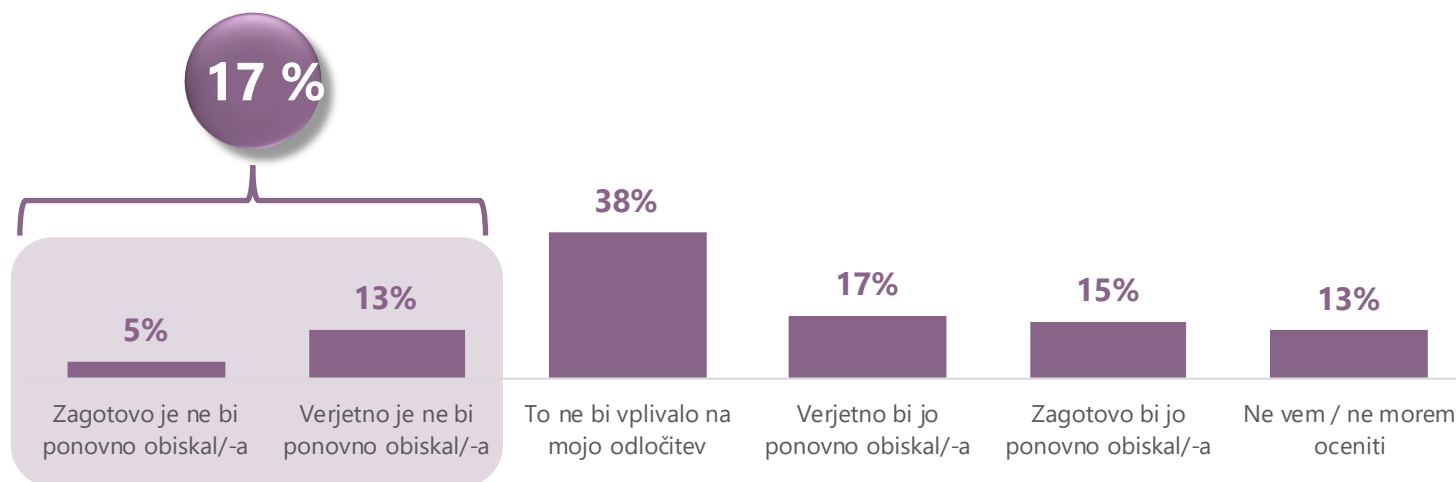
OBREMENITEV DESTINACIJE

VPLIV NA ODLOČITEV ZA PONOVI OBISK



17% obiskovalcev bi podobna ali višja stopnja obremenjenosti Maribora odvrnila od ponovnega obiska.

Za 38% obiskovalcev gneča pri odločitvi o ponovnem obisku ne bi imela vpliva, medtem ko bi se jih 32% kljub gneči odločilo za ponovni obisk.



OBREMENITEV DESTINACIJE

VPLIV NA ODLOČITEV ZA PONOVI OBISK

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Gneča bi imela manjši vpliv na odločitev o ponovnem obisku Maribora pri obiskovalcih, starih od 15 do 34 let, in pri tistih, katerih primarni namen obiska je bil poslovne narave. Nasprotno pa obiskovalci z nižjimi dohodki v večji meri ocenjujejo, da Maribora zaradi gneče zagotovo oziroma verjetno ne bi ponovno obiskali.

Q: Če bi bila destinacija ob naslednjem obisku enako ali bolj obremenjena kot ob tokratnem obisku, kako bi to vplivalo na vašo odločitev za ponovni obisk?

																
		SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Zagotovo/verjetno ne bi obiskal	17%	15%	20%	18%	17%	17%	18%	23% ↑	17%	15%	21%	16%	17%	21%	17%	18%
To ne bi vplivalo na mojo odločitev	38%	41%	36%	42% ↑	33% ↓	41%	40%	43%	42%	33% ↓	41%	38%	36% ↓	47% ↑	34%	41%
Verjetno/zagotovo bi obiskal	32%	33%	30%	31%	34%	26%	31%	27%	33%	36%	33%	31%	33%	29%	33%	30%

OBREMENITEV DESTINACIJE MANJ OBISKANA OBMOČJA MARIBORA



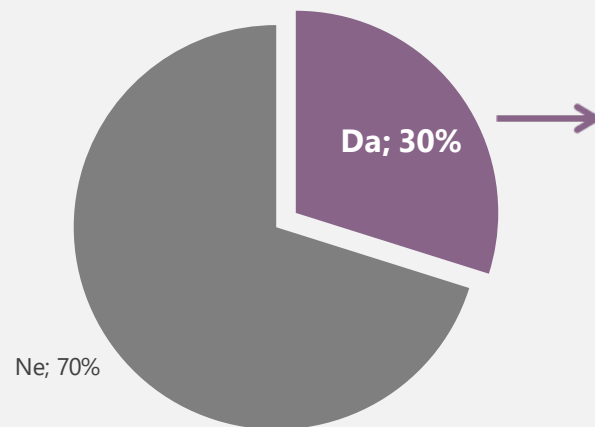
Slaba tretjina obiskovalcev (30 %) je prepoznala dele Maribora, za katere meni, da bi si zaslužili več obiskovalcev. Najpogosteje so bili izpostavljeni center mesta in mestni trgi, parki, hribi, narava, Pohorje in Lent. K večjemu obisku manj obiskanih delov Maribora bi najbolj pripomogla boljša promocija teh območij. Sledijo večje število turističnih znamenitosti ter več kulturnih in zabavnih dogodkov.

Q: Ali ste med obiskom Maribora opazili območja, znamenitosti ali doživetja, ki bi si po vašem mnenju zaslužila več obiskovalcev?

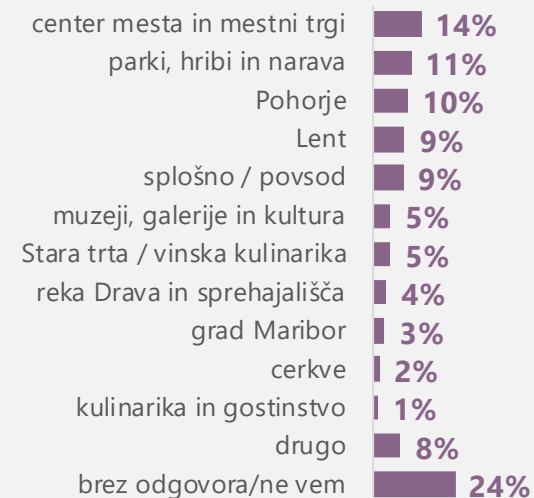
Q: Katera območja, znamenitosti ali doživetja bi si po vašem mnenju zaslužila več obiskovalcev?

Q: Kaj bi po vašem mnenju spodbudilo obisk manj obiskanih delov mesta Maribor?

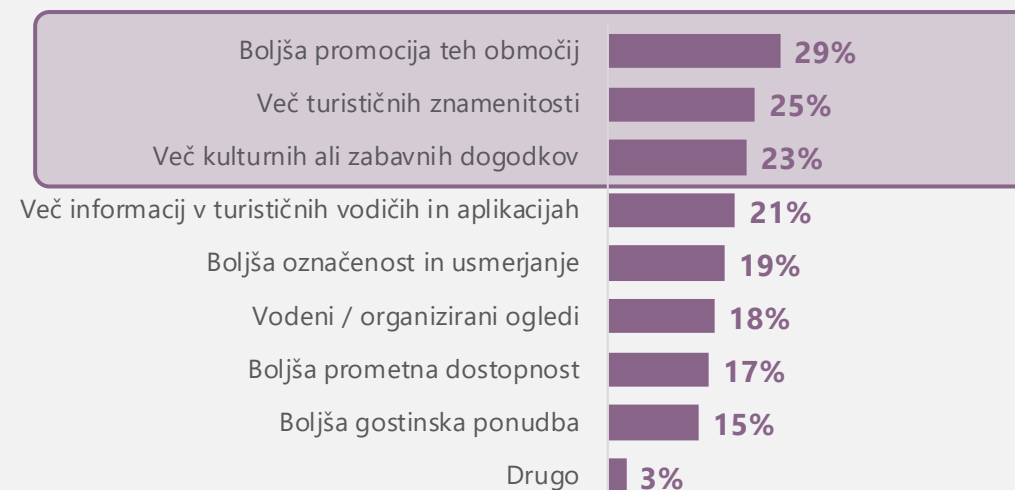
OPAŽENOST MANJ OBISKANIH OBMOČIJ/ZNAMENITOSTI



OBMOČJA, KI BI SI ZASLUŽILA VEČ OBISKOVALCEV



SPODBUDE ZA VEČJO OBISKANOST MANJ OBISKANIH DELOV MESTA



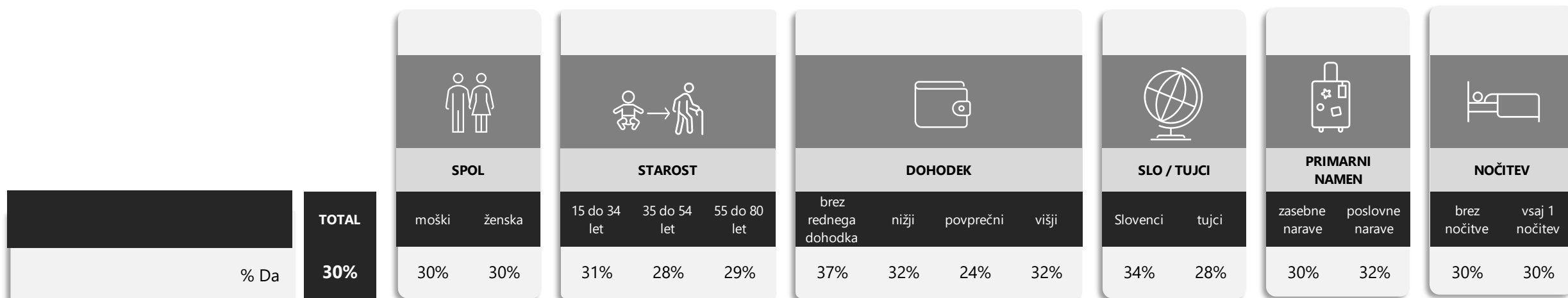
OBREMENITEV DESTINACIJE

OPAŽENOST MANJ OBISKANIH OBMOČIJ MARIBORA

PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Glede opaženosti manj obiskanih območij Maribora, ki bi si zaslužila več obiskovalcev, med posameznimi skupinami obiskovalcev ne prihaja do bistvenih razlik.

Q: Ali ste med obiskom Maribora opazili območja, znamenitosti ali doživetja, ki bi si po vašem mnenju zaslužila več obiskovalcev?



OBREMENITEV DESTINACIJE

SPODBUDE ZA VEČJO OBISKANOST MANJ OBISKANIH DELOV MESTA PO STRUKTURI OBISKOVALCEV

Mlajši obiskovalci (15–34 let) kot spodbude za večjo obiskanost manj obiskanih delov mesta pogosteje izpostavljajo več kulturnih in zabavnih dogodkov, boljšo prometno dostopnost ter gostinsko ponudbo. Slovenski obiskovalci v večji meri izpostavljajo več kulturnih in zabavnih dogodkov ter boljšo gostinsko ponudbo, poslovni obiskovalci in tisti, ki v Mariboru prenočijo, pa več kulturnih in zabavnih dogodkov ter vodenih oziroma organiziranih ogledov.

Q: Kaj bi po vašem mnenju spodbudilo obisk manj obiskanih delov mesta Maribor?

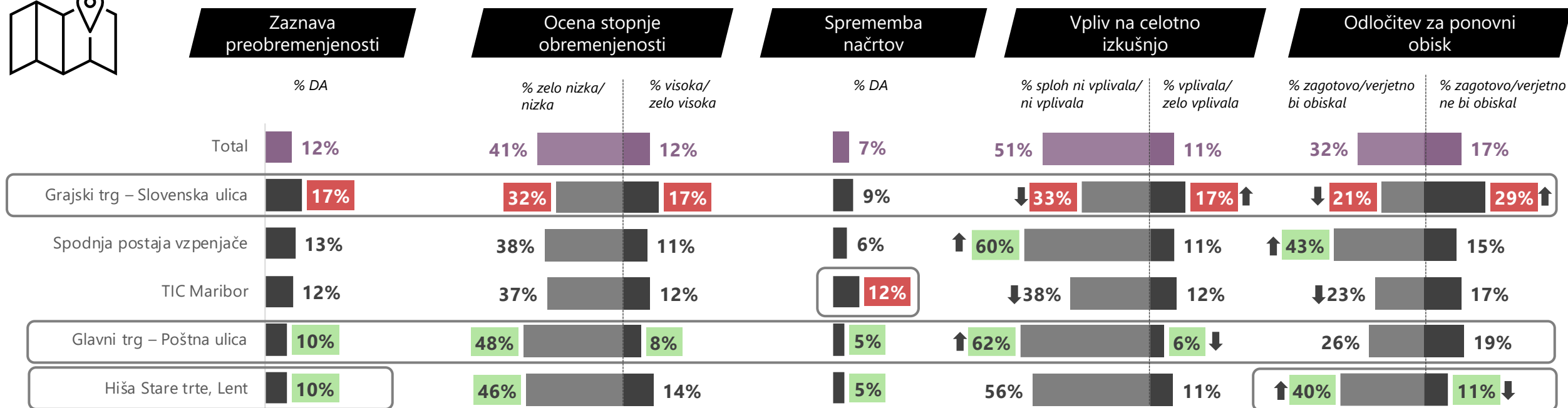
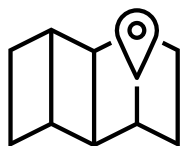
	TOTAL	SPOL		STAROST			DOHODEK				SLO / TUJCI		PRIMARNI NAMEN		NOČITEV	
		moški	ženska	15 do 34 let	35 do 54 let	55 do 80 let	brez rednega dohodka	nižji	povprečni	višji	Slovenci	tujci	zasebne narave	poslovne narave	brez nočitve	vsaj 1 nočitev
Boljša promocija teh območij	29%	27%	31%	29%	30%	23%	29%	27%	30%	29%	31%	28%	29%	24%	30%	28%
Več turističnih znamenitosti	25%	27%	22%	27%	26%	12% ↓	21%	25%	26%	23%	26%	24%	24%	21%	24%	25%
Več kulturnih ali zabavnih dogodkov	23%	24%	22%	26% ↑	21%	14% ↓	28%	24%	27%	19%	29% ↑	21% ↓	22% ↓	34% ↑	19% ↓	25% ↑
Več informacij v turističnih vodičih in aplikacijah	21%	23%	20%	20%	25%	16%	21%	18%	22%	25%	12% ↓	24% ↑	23%	16%	24%	20%
Boljša označenost in usmerjanje	19%	18%	21%	19%	19%	21%	21%	20%	18%	21%	20%	19%	20%	17%	21%	19%
Vodeni / organizirani ogledi	18%	18%	17%	20%	14%	21%	11%	18%	20%	19%	17%	18%	17% ↓	27% ↑	16% ↓	19% ↑
Boljša prometna dostopnost	17%	16%	17%	22% ↑	12% ↓	13%	20%	18%	19%	16%	21%	16%	16%	20%	12%	20%
Boljša gostinska ponudba	15%	17%	13%	18% ↑	13%	8% ↓	17%	15%	17%	13%	21% ↑	13% ↓	15%	20%	13%	16%

OBREMENITEV DESTINACIJE

OBREMENITEV DESTINACIJE

GLEDE NA LOKACIJO PRESTREZANJA OBISKOVALCEV

Obremenjenost Maribora so v največji meri zaznali obiskovalci, prestreženi na območju Grajskega trga - Slovenske ulice, najmanj pa obiskovalci, prestreženi na območju Glavnega trga - Poštne ulice. Nižjo stopnjo obremenjenosti so zaznali tudi obiskovalci na območju Hiše Stare trte oziroma Lenta.



↑↓ Statistično značilne razlike med lokacijami.

lokacija z najvišjo zaznano obremenjenostjo

lokacija z najnižjo zaznano obremenjenostjo



KLJUČNE UGOTOVITVE

KLJUČNE UGOTOVITVE



STRUKTURA OBISKA

- **V tokratnem merjenju je bilo v mestu Maribor nekoliko več obiskovalcev iz Slovenije in manj tujcev.** Najvišji delež tujih obiskovalcev prihaja iz Nemčije in Avstrije. V primerjavi s preteklim merjenjem je bistveno nižji delež obiskovalcev iz Nemčije ter višji s Poljske.
- Večina obiskovalcev je Maribor tudi v času tokratnega merjenja obiskala **zasebno** (88%). Delež tovrstnih obiskovalcev je sicer bistveno nižji kot leto prej (2025: 93%). Ob tem se je pomembno povečal delež poslovnih prihodov. Glavna razloga za obisk še vedno ostajata **mestni oddih** ter ogled **znamenitosti/mesta**.
- **Med aktivnostmi v tokratnem merjenju narašča interes za razvajanje, obisk koncerta/predstave/prireditve ter ogled športnega dogodka/obisk športne prireditve.**
- Dve tretjini obiskovalcev nameravata v mestu **prenočiti**, kar je **bistveno več glede na preteklo merjenje** (2026: 66% vs. 2025: 52%).
- **Hotel** ostaja najbolj priljubljen tip nastanitve, narašča pa tudi zanimanje za nastanitev kot je **motel planinska koča oz. turistična kmetija**.

MOBILNOST

- Sedem od desetih obiskovalcev je v Maribor prispelo z avtomobilom, med bivanjem pa se največ obiskovalcev po mestu premika **peš** (51%). Glede na leto 2025 se **bistveno nižji delež obiskovalcev premika peš**, medtem ko se v **bistveno večji meri odločajo za avtobus, vlak, električni skiro in druge oblike javnega prevoza**.
- Z možnostjo **javnega prevoza** je seznanjena tretjina obiskovalcev, kar je **bistveno več kot preteklo leto** (2026: 33% vs. 2025: 28%). Četrtna obiskovalcev je med obiskom uporabljala **mestni avtobus** kar je tudi **bistveno več kot predhodno leto** (2026: 25% vs. 2025: 20%).
- Tretjina obiskovalcev **ne kaže interesa za uporaba javnega prevoza**, kar je **bistveno manj** kot preteklo leto (2026: 35% vs. 2025: 47%).

KLJUČNE UGOTOVITVE



POTROŠNJA

- Enodnevni obiskovalci v Mariboru v povprečju za vse aktivnosti (kulinarika, kultura, šport, nakupovanje, prevoz) potrošijo 33 € na osebo, medtem ko večdnevni obiskovalci v Mariboru za vse aktivnosti potrošijo v povprečju 226 € na osebo oz. 53 € na osebo na dan. Glede na preteklo leto se je potrošnja povečala med enodnevnimi domačimi obiskovalci ter med večdnevnimi obiskovalci, tako domačimi kot tujimi, pri čemer je povečanje izrazitejše pri tujih obiskovalcih.
- V povprečju obiskovalci Maribora za namestitev namenijo 101 € na osebo, kar je na ravni preteklega leta.



ZADOVOLJSTVO IN PRIPOROČILO

- **Tri četrtine obiskovalcev (75%) Maribora je z obiskom mesta v splošnem zadovoljnih.** Glede na preteklo leto je delež zadovoljnih obiskovalcev **bistveno nižji** (2025: 84%) – narasel je delež delno zadovoljnih (oceni 6+7).
- V primerjavi s preteklim merjenjem je **delež obiskovalcev, ki bi mesto Maribor priporočili nižji ter z njim malenkost nižja tudi NPS ocena** (2026: 50,8 vs. 2025: 51,7). Le-ta še vedno ostaja bistveno višja od 2024 ali prejšnjih meritev.
- **Na podlagi celotne izkušnje bi v tokratnem merjenju bistveno nižji delež obiskovalcev ponovno obiskal mesto Maribor** (2026: 72% vs. 2025: 78%).

KLJUČNE UGOTOVITVE



TRAJNOSTNI TURIZEM

- V primerjavi s preteklim letom se **bistveno večji delež obiskovalcev Maribora strinja s pozicioniranjem Maribora kot ZELENEGA MESTA** (2026: 89%; 2025: 84%).
- Okoli dve tretjini obiskovalcev se strinjata s tem, da mesto Maribor **obiskovalce spodbuja k trajnostnemu in okolju prijaznemu ravnanju. Strinjanje je še nekoliko višje ko gre za spodbujanje obiskovalcev k uporabi trajnostnih oblik transporta.** Z vsemi tremi vidiki spodbud se obiskovalci strinjajo v **značilno večji meri kot v preteklem letu.**
- Približno 8 od 10 obiskovalcev ocenjuje da jim je **pomembno trajnostno delovanje turističnih organizacij in ponudnikov.**
- Znamko za trajnost v turizmu **Slovenia Green** pozna 44%, kar je primerljivo z letom 2025 (2026: 44% vs. 2025: 46%)

OBREMENITEV DESTINACIJE

- **Preobremenjenost** destinacije zaznava **le desetina obiskovalcev** (12%); enak delež stopnjo obremenjenosti mesta ocenjuje kot visoko ali zelo visoko.
- Na drugi strani skoraj tretjina obiskovalcev (30%) **opaža območja mesta, ki bi si po njihovem mnenju zaslužila večjo obiskanost.**
- **Gneča je načrte zaradi nje spremenila le pri peščici obiskovalcev** (7%), medtem ko je na celotno izkušnjo vplivala le pri približno desetini obiskovalcev.
- **Pri 17% obiskovalcev** bi enaka ali podobna stopnja obremenjenosti mesta **zmanjšala verjetnost ponovnega obiska.**



aragon | = **Hvala za zaupanje.**

aragon | =



Aragon d.o.o.
Ulica 28. maja 49
1000 Ljubljana
Slovenija



info@aragon.si



T: 00386 15 47 17 08



www.aragon.si
www.plusplet.com