



SFi SURVEY

GÆSTEANALYSE PÅ DANSKE KYSTDESTINATIONER

EN SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE BLANDT DANSKE OG
UDENLANDSKE TURISTER

VisitNordjylland.dk 


Videncenter for
KYSTTURISME

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

GÆSTEANALYSE PÅ DANSKE KYSTDESTINATIONER

EN SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE BLANDT DANSKE OG
UDENLANDSKE TURISTER

AGNETE ASLAUG KJÆR
METTE FRIIS-HANSEN

KØBENHAVN 2014
SFI – DET NATIONALE FORSKNINGSCENTER FOR VELFÆRD/SFI SURVEY

GÆSTEANALYSE PÅ DANSKE KYSTDESTINATIONER

Konst. afdelingsleder: Chantal Nielsen
SFI Survey

Rapporten er blevet til som en del af projekt "Oplevelsesbaseret Kystturisme" ERDFK-12-0030 og projekt "Kystbyer i Vækst" ERDFK-12-0029, og er udarbejdet af SFI Survey for Videncenter for Kystturisme og VisitNordjylland.

Layout: Hedda Bank

Forsidelayout: Videncenter for Kystturisme
Forsidefoto: Niclas Jessen, VisitDenmark

© 2014 SFI – Det Nationale Forskningscenter for Velfærd/SFI Survey

SFI – Det Nationale Forskningscenter for Velfærd/SFI Survey
Herluf Trolles Gade 11
1052 København K7

Tlf. 33 48 08 00
sfi@sfi.dk
survey@sfi.dk
www.sfi.dk

SFI's publikationer kan frit citeres med tydelig angivelse af kilden.

INDHOLD

	RESUME	9
1	INDLEDNING	13
	Rapportens opbygning	14
2	RAPPORTENS DATAGRUNDLAG	15
	En spørgeskemaundersøgelse blandt gæster på danske kystdestinationer	15
3	NET PROMOTOR SCORE (NPS)	23
	NPS-score for destinationer	23
4	TILFREDSHED	25

	Overordnet tilfredshed med opholdet	25
5	FORHOLD PÅ DESTINATIONEN	33
	Information og skiltning	34
	Områdets vedligeholdelse	35
	Parkeringsmuligheder	37
	Pris- og kvalitetsforhold generelt	38
	Bymiljøer	39
	Butikker og shopping	40
	Restauranter og spisesteder	42
	Offentlige toiletfaciliteter	43
	Service fra personale i butikker	44
	Venlighed fra befolkningen	45
	Børnevenligheden	46
	Vejret	47
	Opsamling	48
6	OVERNATNING	51
	Standard og kvalitet	51
	Beliggenhed	54
	Information og service fra personale	56
7	NATUROMRÅDER	59
	Naturområder	59
	Strand og kyst	65
8	ATTRAKTIONER	69
	Historiske seværdigheder og museer	70
	Attraktioner og oplevelsescentre	71
	Festivaller og arrangementer	72

9	MAD, SPORT OG TURISTINFORMATION	73
	Madoplevelser	73
	Sportslige aktiviteter	75
	Turistinformation	78
	BILAG	79
	Bilag 1 Karakteristik af undersøgelsens deltagere	79
	Bilag 2 Spørgeskema	87
	Bilag 3 Eksempel på postkort	96

RESUME

KYSTTURISME I DANMARK

I denne rapport afdækker vi kystturismen i Danmark med udgangspunkt i en spørgeskemaundersøgelse foretaget på 28 danske kystdestinationer.

I rapporten belyser vi, hvordan det står til med kystturismen i Danmark gennem en bred spørgeskemaundersøgelse målrettet danske og udenlandske turister.

Nærværende rapport er en del af en større undersøgelse, der foruden spørgeskemaundersøgelsen inkluderer et kvalitativt delstudie baseret på fokusgruppeinterview udført på 10 destinationer. Undersøgelsen er udarbejdet af SFI Survey og finansieres af Videncenter for Kystturisme.

DATAGRUNDLAG

Denne delundersøgelse er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse blandt danske og udenlandske turister på 28 danske kystdestinationer. Data er indsamlet dels som face2face-interview og online besvarelser, dels via standere og postkort. Turister, der har deltaget via interview og i webundersøgelsen, har besvaret et spørgeskema, der omfatter en lang række forskellige temaer relateret til opholdet på kystdestinationen, bl.a. gæstens tilfredshed med områdets forhold og oplevelser af overnatning, naturområder, attraktioner, mad, sport, information m.m. Turister, der har deltaget i undersøgelsen via standere og postkort, har besvaret et en-

kelt spørgsmål, der anvendes til at beregne destinationernes Net Promotor Score (NPS).

Undersøgelsen er gennemført ad to omgange – én i højsæsonen og én i lavsæsonen – og i alt deltog 11.298 gæster i undersøgelsen, hvoraf 8.909 personer besvarede det fulde spørgeskema, og 2.389 deltog i NPS-målingen.

NPS-SCORE

NPS-undersøgelsen, som afspejler turisternes loyalitet og tilfredshed, viser, at nogle destinationer ligger langt over den gennemsnitlige NPS-score på 66,2. Dette gælder eksempelvis destinationer som Allinge-Sandvig, Skagen, Lønstrup og Kerteminde med en NPS på over 80. Andre destinationer er placeret noget lavere, heriblandt Sønderborg, Marielyst, Søndervig og Billund med en NPS på under 50.

TILFREDSHED

Generelt tegner undersøgelsen dog et billede af en ganske tilfreds gruppe turister, og dette billede kendetegner alle 28 destinationer. På en tilfredshedsskala fra 1 til 5, hvor 5 er meget tilfreds, ligger gennemsnittet på 4,5, og også blandt de lavest placerede destinationer er der en gennemsnitlig tilfredshed blandt gæsterne på over 4.

OMRÅDETS FORHOLD

Der er dog forskelle at spore mellem destinationerne. Gæsternes vurdering af specifikke forhold som information og skiltning, vedligeholdelse, parkeringsmuligheder, pris og kvalitetsforhold, shoppingmuligheder, service, venlighed fra befolkningen m.m. viser, at nogle destinationer udmærker sig ved en topplacering på flere af disse forhold, det gælder eksempelvis destinationerne Skagen, Allinge-Sandvig og Kerteminde.

FORSKELLIGE TYPER AF REJSENDE

Analysen viser desuden, at forskellige typer af rejsende vurderer oplevelser og faciliteter forskelligt. Derfor opbrydes resultaterne, foruden opbrydningen på destinationer, også på, om gæsterne er danske eller udenlandske turister, om de rejser med børn, og hvilken overnatningstype de benytter – det være sig eksempelvis camping, feriehus, hotel osv.

OVERNATNING

Undersøgelsen viser, at det er blandt de gæster, der bor i eget eller lånt feriehus, der er den største andel meget tilfredse – når det kommer til overnatningens standard og kvalitet. Hvad angår beliggenheden, er det derimod – ikke overraskende – blandt de camperende gæster, der er størst tilfredshed.

NATUR

I tillæg til en række specifikke naturforhold er der for udvalgte bade-destinationer også gennemført analyser af turisternes vurdering af forholdene ved strand og kyst. Her ligger Løkken ganske højt på en række forhold, mens Gilleleje opnår en noget lavere placering.

ATTRAKTIONER

Gæsternes vurderinger af attraktioner i området omkring destinationerne afspejler, at det ikke nødvendigvis er de samme destinationer, der opnår en høj placering på naturforhold, som også er attraktive pga. deres kulturelle attraktioner, oplevelsescentre mv. Et eksempel er Billund, der med Legoland som sin primære attraktion opnår en ganske pæn placering i spørgsmålet om oplevelsescentre og attraktioner.

MAD, SPORT OG INFORMATION

Undersøgelsen er gennemført blandt både danske gæster og udenlandske turister, og spørgeskemaet er oversat til engelsk, tysk, norsk og svensk. En analyse af turisternes vurdering af madoplevelser viser, at det er de norske, svenske og danske gæster, der er mest tilfredse med madens smag og udseende, sammenlignet med de tyske og engelske turister.

De sportslige aktiviteter vurderes mest positivt blandt rejsende uden børn, og det samme er tilfældet for turistinformation.

SÆSONER

Undersøgelsen, som er udført i både høj- og lavsæson, giver desuden mulighed for at opbryde resultaterne efter indsamlingsperioden, og – ikke overraskende – de primære forskelle på resultaterne er at spore i tilfredsheden med vejret, som er noget lavere i lavsæsonen. Derudover er der ikke store forskelle at spore på de to sæsoner.

INDLEDNING

I denne rapport afdækker vi kystturismen i Danmark med udgangspunkt i en spørgeskemaundersøgelse foretaget på 28 danske kystdestinationer. Spørgeskemaundersøgelsen blev gennemført ad to omgange, hvor første undersøgelse foregik i højsæsonen, mens undersøgelsens anden del blev gennemført i lavsæsonen.

I rapporten belyser vi, hvordan det står til med kystturismen i Danmark gennem en bred spørgeskemaundersøgelse målrettet danske og udenlandske turister. Vi sætter fokus på en række temaer, herunder turisternes tilfredshed med destinationen og deres oplevelse af forskellige forhold under opholdet, og undersøger, hvilke forskelle der er at finde mellem forskellige grupper af rejsende samt mellem destinationer og fra høj- til lavsæson.

Nærværende rapport indeholder konklusionerne fra en kvantitativ undersøgelse på baggrund af data fra 28 destinationer, som udgør den ene del (Del I) af den samlede undersøgelse, hvor anden del (Del II) består i et kvalitativt interviewstudie gennemført på 10 destinationer.

Undersøgelsen er udarbejdet af SFI Survey og finansieres af Videncenter for Kystturisme.

RAPPORTENS OPBYGNING

Rapporten er struktureret efter en række temaer, idet vi går i dybden med disse ved at undersøge, hvordan forhold som køn, alder og nationalitet, hvorvidt man rejser med eller uden børn, og hvilken overnatningstype man benytter, samt om man før har besøgt destinationen, spiller ind på holdningen til ferieoplevelserne på destinationerne. Hvor der er forskelle at spore mellem høj- og lavsæson, fremhæves dette, ligesom det belyses, *hvor* de enkelte feriedestinationer skiller sig ud fra det generelle billede.

De temaer, som afdækkes, er:

- NPS-scoren, som afspejler gæsternes loyalitet over for rejsemålet som en anbefalelsesværdig destination
- Den overordnede tilfredshed med destinationen som rejsemål
- Oplevelsen af en række destinationsspecifikke forhold, herunder informationsniveau, attraktioner, spisesteder, butiksliv, venligheden fra befolkningen samt tilfredsheden med områdets turistinformation
- Oplevelse af den valgte overnatningsform
- Vurdering af naturoplevelser i området, herunder strand og kyst
- Vurdering af områdets attraktioner
- Vurdering af madoplevelser, sport og turistinformation.

Datagrundlaget for kapitlet om NPS-score baserer sig på data indsamlet enten via standere og postkort eller via face2face- og webinterview, mens de øvrige temaer trækker på data fra face2face- eller webinterview.

I rapportens afsluttende kapitel sammenholdes resultaterne fra den kvantitative undersøgelse med hovedkonklusionerne fra det kvalitative delstudie, som blev gennemført i højsæsonen.

RAPPORTENS DATAGRUNDLAG

EN SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE BLANDT GÆSTER PÅ DANSKE KYSTDESTINATIONER

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført i 28 danske kystdestinationer med i alt 11.298¹ deltagere. Undersøgelsen blev gennemført blandt både danske gæster og udenlandske turister, og spørgeskemaet er oversat fra dansk til både engelsk, tysk, svensk og norsk.

Undersøgelsen rummer spørgsmål vedrørende en række temaer, herunder respondentens holdninger, oplevelser og tilfredshed med en række forhold på feriedestinationen, såsom information og skiltning, områdets vedligeholdelse, parkeringsmuligheder, service fra personale i fx butikker, attraktioner, pris/kvalitetsforholdet generelt, bymiljøet, butikker og shopping, restauranter og spisesteder, offentlige toiletter, den generelle venlighed fra befolkningen, vejret og børnevenligheden. Det anvendte spørgeskema findes i bilag 2.

UNDERSØGELSENS DELTAGERE

Turister defineres i denne rapport i henhold til de internationale definitioner af turisme som alle gæster, der besøger destinationen på et ophold i

1. I alt deltog 11.303 personer i undersøgelsen, men heraf udgår 5 besvarelser pga. manglende angivelse af destination.

forbindelse med ferie, fritid, erhverv eller andet, og hvor eneste kriterium er, at de befinder sig uden for sædvanligt miljø i mindre end 1 år og uden at være ansat eller studere på stedet. Undersøgelsen omfatter således både overnattende turister på destinationen eller i nærheden af destinationen og endagsbesøgende på ferie eller besøg hos familie/venner samt forretningsrejsende. Det vil sige, at turister kan både være danskere og udlændinge. I denne rapport anvendes betegnelserne danske gæster og udenlandske turister om turisterne.

INDSAMLINGSMETODER

Dataindsamlingen til denne delundersøgelse baserer sig på to forskellige metoder: Størstedelen af besvarelserne er indsamlet via spørgeskema-interview, gennemført som hhv. face2face- og webinterview, mens en mindre del af besvarelserne er indsamlet via internetforbundne standere og postkort.

De to dataindsamlingsmetoder for den kvantitative delundersøgelse er forskellige i deres indhold:

1) Spørgeskemaundersøgelsen dækker over 28 forskellige temaer, der omhandler oplevelser og tilfredshed på kystdestinationen, herunder også spørgsmål til en række baggrundsforhold, såsom respondentens køn, alder, overnatningstype m.m. Der er i alt indsamlet 8.909 besvarelser af det fulde spørgeskema, hvoraf størstedelen (8.278) er indsamlet face2face og en mindre del (631) via online webbesvarelser.

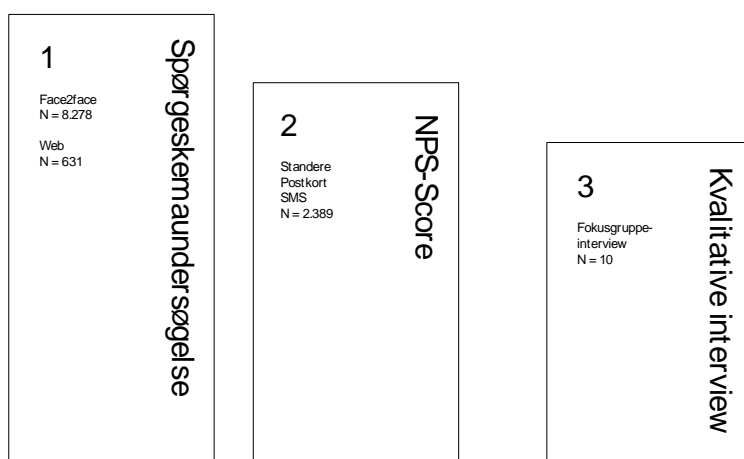
2) Data indsamlet ved hjælp af standere og postkort indeholder blot ét af spørgeskemaets temaspørgsmål, nemlig spørgsmålet om sandsynligheden for respondentens anbefaling af destinationen. Desuden oplyses, hvilken destination der er tale om. Der er i alt indsamlet 2.389 besvarelser via standere og postkort. Det anvendte postkort findes i bilag 3.

Som en tredje indsamlingsmetode er der til den kvalitative interviewundersøgelse gennemført fokusgruppeinterview på en række destinationer (Del III). Rekrutteringen af interviewpersoner til fokusgrupperne er bl.a. foregået i forbindelse med indsamling af face2face-besvarelserne.

De kvalitative fokusgruppeinterview er foretaget i følgende danske kystbyer: Blokhus, Ebeltoft, Gilleleje, Hvide Sande, Kerteminde, Løkken, Marielyst, Nykøbing Sjælland (Rørvig), Rømø og Sønderborg. Disse interview blev foretaget i de af kontaktpersonen fremskaffede lokaler på destinationen. Hver fokusgruppe havde mellem 5-7 deltagere.

Figur 2.1 illustrerer undersøgelsens forskellige indsamlingsmetoder og antallet af besvarelser.

FIGUR 2.1
Dataindsamlingens metoder.



FACE2FACE-INTERVIEW

De 8.278 face2face-interview er foretaget på de 28 destinationer, og der er gennemført 150-400 interview hvert sted (se tabel 2.1). Interviewene er gennemført på offentlige steder rundt om på feriestedet. Interviewet med turisterne dækker turisternes oplevelser på det enkelte feriested. Der er spurgt om de gode og dårlige oplevelser, årsager til valget af feriested og endelig tilfredshed med alt fra overnatning, stranden, serviceniveauet, attraktioner, butikker, toiletter, vejret og meget andet. Spørgeskemaet er oversat til tysk, engelsk, norsk og svensk. Svarene er indsamlet på to måder: face2face-interview og gennem et spørgeskema online.

Det er SFI Surveys interviewerkorps, der har foretaget face2face-interview. Interviewene er foretaget ved at sende disse interviewere ud på feriestederne med en iPad. Det var ifølge interviewererne svært at interviewe turisterne via iPad pga. den dårlige internetforbindelse ved kysterne, samt det at vejret (meget sol) besværliggjorde det at interviewe med en iPad. Derfor er papirversioner taget i brug for at gennemføre interviewet på flere destinationer, og efterfølgende har interviewereren ind-

tastet turistens svar. Der er især tale om, at internetforbindelsen var rigtig dårlig eller ikke eksisterende på nogle bestemte destinationer. Dog har det gode vejr i sommeren 2013 betydet, at turisterne var ude i det offentlige rum og derfor lettere at komme til at interviewe.

Interviewerne gennemførte spørgeskemaundersøgelsen ved at opsøge turister på offentlige pladser på destinationerne. Der er således ikke tale om en repræsentativ undersøgelse, tværtimod er det med denne indsamlingsmetode forventeligt, at der opnås en overvægt af positive besvarelser, da det oftest vil være de tilfredse gæster, der ønsker at deltage. Dette afspejler sig da også i undersøgelsens resultater, hvor der generelt tegnes et billede af relativt positive besvarelser. Der er dog stadig forskelle at spore i data.

ONLINE BESVARELSER

Online spørgeskemaet (samme skema som face2face) er sendt ud til turister, der besøger eller netop har besøgt området. Linket til skemaet er sendt ud til personer, der har tilkendegivet, at de ønskede at svare på flere spørgsmål, da de gav deres anbefaling (NPS) på enten postkort, SMS eller stander. Linket er endvidere udsendt til samarbejdspartnere til gæster, der har besøgt eller overnattet i de enkelte områder, hvilket betyder, at fx Fanø er en af de destinationer, der har rigtig mange besvarelser (se tabel 2.1).

STANDERE OG POSTKORT

NPS-scoren er blevet indsamlet på postkort, SMS eller stander. Standere er blevet opsat på destinationen af en kontaktperson, der har holdt øje med den og evt. har hjulpet turisterne med at svare, hvis der har været tekniske problemer.

Ud over spørgsmålet om NPS-scoren er turisterne blevet bedt om på standerne og postkort at besvare et spørgsmål om, hvorvidt de ønskes at blive kontaktet igen med henblik på videre besvarelse.

FIGUR 2.2

Et spørgsmål, som anvendes ved standere og i postkort.

23. Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale {destination} til en ven eller kollega? 0 er meget usandsynligt og 10 er meget sandsynligt.

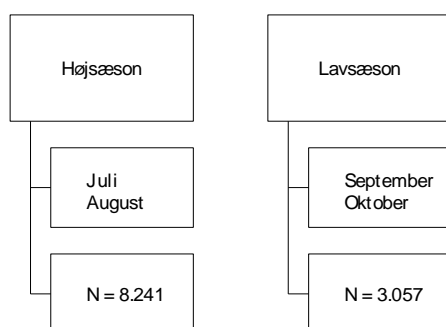
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ved ikke
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

TO SÆSONER

Besvarelsene til undersøgelsen er indsamlet i to sæsoner. Første interviewrunde blev gennemført i perioden juli og august 2013, og anden runde blev gennemført i perioden september og oktober samme år. De to indsamlingsperioder dækker således over hhv. ferieperiodens høj- og lavsæson. I alt blev 11.298 besvarelser indsamlet, hvor ca. tre fjerdedele af besvarelsene blev indsamlet i højsæsonen og den sidste fjerdedel i periodens lavsæson. Oplysninger om indsamlingstidspunktet for de enkelte besvarelser anvendes i analyserne som baggrundsinformation, således at det bliver muligt at adskille sæsonspecifikke oplevelser blandt gæsterne i undersøgelsen fra det mere generelle billede.

FIGUR 2.3

Antal besvarelser fordelt på undersøgelsens to perioder, høj- og lavsæson.



DESTINATIONER

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført på 28 danske kystdestinationer, som er udpeget til at indgå i undersøgelsen af Videncenter for Kystturisme. Nogle destinationer er kendte turistmål med et stort antal besøgende gæster, mens andre turistmål har færre besøgende. Antallet af besvarelser for de enkelte destinationer afhænger dels af, om destinationen er en mindre eller større by med få eller mange besøgende gæster i indsamlingsperioden. Af denne årsag er det derfor heller ikke muligt at tale om besvarelses- eller frafaldsprocent. Der er dog forud for undersøgelsens gennemførelse, netop på baggrund af destinationernes størrelser, opstillet målsætninger for antallet af forventede besvarelser for hver enkelt destination. Disse målsætninger er i høj grad opfyldt.

En række øvrige forhold kan desuden have indflydelse på antallet af besvarelser: For besvarelser via standere og postkort afhænger antallet af besvarelser for eksempel af, hvor stor en indsats samarbejdspartnere har lagt i at udbrede postkortene, mens der for face2face-interviewene, der for de meste er foregået udendørs, kan være grund til at tro, at vejret kan spille en rolle for antallet af besvarelser.

Tabel 2.1 viser antallet af besvarelser fordelt på de 28 destinationer, fordelt på indsamlingsmetoder samt på høj- og lavsæson.

TABEL 2.1

Antal besvarelser for destinationer, fordelt på indsamlingsmetode og periode.

Destination	Indsamlingsmetode		Periode		I alt
	Face2face og web	Stander og postkort	Højsæson	Lavsæson	
Allinge-Sandvig	303	48	239	112	351
Billund	332	14	274	72	346
Blokhus	410	70	409	71	480
Blåvand	408	147	428	127	555
Det nordlige Odsherred	310	171	357	124	481
Djursland	337	64	272	129	401
Fanø	786	401	808	379	1.187
Gilleleje	223	46	194	75	269
Hals	212	218	286	144	430
Henne Strand	303	76	258	121	379
Hornbæk	169	40	150	59	209
Hvide Sande	407	47	326	128	454
Kerteminde	209	40	173	76	249
Lillebælt	301	10	211	100	311
Liseleje	166	12	128	50	178
Løkken	401	103	385	119	504
Lønstrup	302	108	307	103	410
Marielyst	503	29	299	233	532
Møn	347	209	456	100	556
Rømø	405	74	339	140	479
Skagen	402	95	459	38	497
Sletten Humlebæk	151	0	111	40	151
Sydfyn	226	5	164	67	231
Sønderborg	333	153	282	204	486
Søndervig	304	44	239	109	348
Tisvildeleje	165	0	117	48	165
Vorupør Klitmøller	250	77	290	37	327
Øster Hurup	244	88	280	52	332
Total	8.909	2.389	8.241	3.057	11.298*

Anm.: *Ud af det samlede antal besvarelser fra 11.303 respondenter mangler 5 at angive en destination.

En karakteristik af undersøgelsens deltagere på fx køn, alder og nationalitet findes i bilag 1.

NET PROMOTOR SCORE (NPS)

NPS-SCORE FOR DESTINATIONER

Som led i undersøgelsen beregnes destinationernes Net Promotor Score² (NPS) – et mål, der anvendes inden for turistbranchen. Som grundlag for beregningen er undersøgelsens deltagere blevet stillet spørgsmålet: *Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale destinationen til en ven eller kollega?*, hvor respondenterne bedes placere sig på en skala fra 0 til 10, hvor 0 er meget usandsynligt, og 10 er meget sandsynligt. På baggrund af besvarelserne udregnes destinationernes NPS-score. Denne score udtrykker en vægt mellem positive og negative besvarelser, hvor andelen af negative besvarelser (fra 0 til 6 på skalaen) trækkes fra andelen af positive besvarelser (fra 9 til 10 på skalaen). En høj NPS-score kan siges at afspejle en høj tilfredshed eller loyalitet over for rejsemålet.

Data for NPS-scoren er indsamlet både via interview (face2face og web) og gennem standere og postkort. Tabel 3.1 viser NPS-scoren for de 28 destinationer.

2. "Net Promotor Score" dannes på baggrund af spørgsmålet: *På en skala fra 0-10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale feriestedet til en ven eller kollega?* Besvarelserne inddeles på følgende måde: 0-6 "Bagvaskere", 7-8 = "Passivt tilfredse", 9-10 = "Fortalere". NPS udregnes ved at trække procentdelen af respondenter, der er bagvaskere, fra procentdelen af respondenter, der er fortalere. (pct. af fortalere) – (pct. af bagvaskere) = NPS-score.

TABEL 3.1

NPS-score for destinationer, fordelt på højsæson, lavsæson og samlet.

Destinationer	Højsæson	Lavsæson	Begge sæsoner
Allinge-Sandvig	80.7	93.8	84.8
Lønstrup	83.3	85.4	83.8
Skagen	80.1	86.8	80.6
Kerteminde	77.1	87.5	80.3
Vorupør_Klitmøller	80.5	63.9	78.7
Hvide Sande	74.5	86	77.7
Sydfyn	77	69.7	74.9
Djursland	74.4	72.9	73.9
Løkken	71.7	77.4	73.0
Møn	75.7	60.2	73.0
Det nordlige Odsherred	74	65.6	71.8
Lillebælt	68.6	75	70.6
Fanø	62	84.4	69.2
Blåvand	64.1	76.4	66.9
Liseleje	63.1	75.6	66.7
Gennemsnit for destinationer	65	69.6	66.2
Hornbæk	64.1	69.5	65.6
Rømø	58.8	72.1	62.7
Henne Strand	53.3	79.3	61.8
Sletten/Humblebæk	63.3	57.5	61.7
Bløkhuse	55.2	75	58.1
Tisvildeleje	46.7	80	56.6
Hals	47.6	66.9	54.0
Gilleleje	53	54.8	53.5
Øster Hurup	51.3	64.7	53.5
Sønderborg	55.9	40.9	49.6
Marielyst	54.8	42	49.4
Søndervig	42	59.7	47.5
Billund	43.5	33.8	41.5
Observationer	8.029	2.988	11.017

Den samlede NPS-score på tværs af destinationer ligger på omkring 66, hvilket kan ses som et udtryk for høj tilfredshed og loyalitet.

Nogle destinationer placerer sig helt i top, herunder Allinge-Sandvig, Lønstrup, Skagen og Kerteminde, alle med en score på over 80. I den lavere ende findes Sønderborg, Marielyst, Søndervig og Billund – alle med en score på under 50.

TILFREDSHED

OVERORDNET TILFREDSHED MED OPHOLDET

I dette og de følgende kapitler viser vi resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen, som er indsamlet via face2face-interview og webbesvarelser af spørgeskemaet.

I dette kapitel beskrives gæsternes overordnede tilfredshed med opholdet. Undersøgelsens deltagere er blevet bedt om at placere sig på en 5-trins tilfredshedsskala, hvor 1 repræsenterer meget utilfreds og 5 meget tilfreds. Det overordnede billede er, at langt de fleste gæster placerer sig i kategorien 5 (meget tilfreds) eller i kategori 4, mens langt færre placerer sig i kategorierne 1 (meget utilfreds) til kategori 3. I det følgende – rapportens øvrige kapitler – anvendes derfor en opdeling i blot tre kategorier, nemlig **1-3**, **4** eller **5**.

Vi viser i det følgende resultaterne af tilfredshedsanalysen opbrudt på hhv. destinationer, sæsoner og forskellige grupper af rejsende ud fra: nationalitet, alder, rejse med eller uden børn samt overnatningsform.

TILFREDSHED: DESTINATIONER

Tabel 4.1 viser den gennemsnitlige tilfredshed blandt gæster (ud fra en 5-trins tilfredshedsskala), opbrudt på de 28 kystdestinationer.

TABEL 4.1

Gennemsnit* for overordnet tilfredshed fordelt på destinationer.

Destination	
Skagen	4,9
Allinge-Sandvig	4,8
Lønstrup	4,8
Sydfyn	4,8
Djursland	4,7
Løkken	4,7
Vorupør Klitmøller	4,7
Hvide Sande	4,6
Kerteminde	4,6
Lillebælt	4,6
Sønderborg	4,6
Blokhus	4,5
Blåvand	4,5
Det nordlige Odsherred	4,5
Fanø	4,5
Hals	4,5
Hornbæk	4,5
Liseleje	4,5
Rømø	4,5
Sletten Humlebæk	4,5
Gennemsnit for destinationer	4,5
Gilleleje	4,4
Henne Strand	4,4
Møn	4,4
Søndervig	4,4
Øster Hurup	4,4
Billund	4,3
Marielyst	4,3
Tisvildeleje	4,3

Anm.: *Gennemsnittet for placering på 5-trinsskala, hvor 1 repræsenterer "meget utilfreds", og 5 "meget tilfreds".

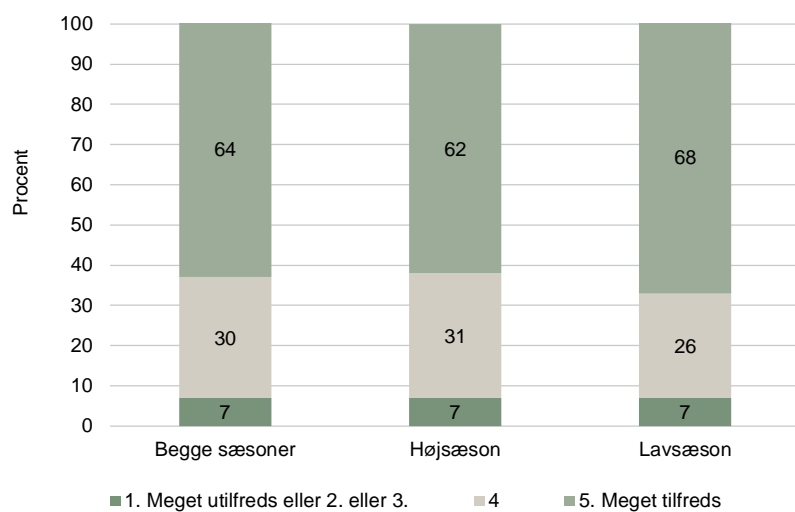
Resultaterne af undersøgelsen viser et billede af, at gæsterne overordnet er tilfredse eller meget tilfredse med deres ophold. Gennemsnittet på tværs af destinationer ligger på en 5-trinsskala, hvor 5 repræsenterer meget tilfreds, på et gennemsnit på 4,5. Der er på tværs af destinationer blot ganske få afvigelser fra dette gennemsnit, med destinationer som Skagen, Allinge-Sandvig, Lønstrup og Sydfyn helt i top.

TILFREDSHED: HØJ- OG LAVSÆSON

Vi ser her nærmere på, hvorvidt der er hhv. større eller mindre tilfredshed blandt gæsterne, når der sammenlignes mellem sæsoner.

FIGUR 4.1

Overordnet tilfredshed, opbrudt på sæsoner. Procent.



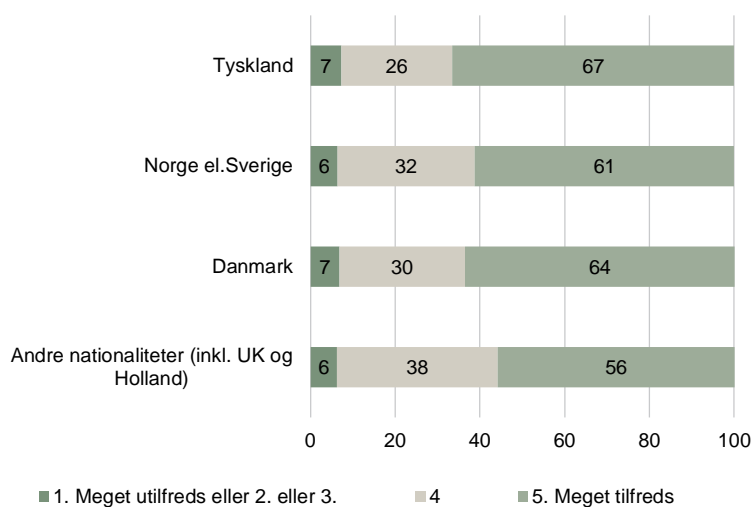
Figur 4.1 viser forskellen på de adspurgte turisters tilfredshed for begge sæsoner, højsæson og lavsæson, hvor 68 pct. i lavsæsonen placerer sig i kategorien meget tilfreds, mens dette er tilfældet for 62 pct. i højsæsonen. Betragter man imidlertid fordelings gennemsnit, er der reelt ikke de store forskelle at spore på tilfredsheden mellem høj- og lavsæson. Gennemsnittet for de adspurgte turisters tilfredshed er i højsæsonen 4,5 og i lavsæsonen 4,6.

TILFREDSHED: NATIONALITETER

En analyse af tilfredsheden for de forskellige nationalitetsgrupper viser små forskelle i tilfredsheden.

FIGUR 4.2

Overordnet tilfredshed fordelt på nationaliteter. Procent.



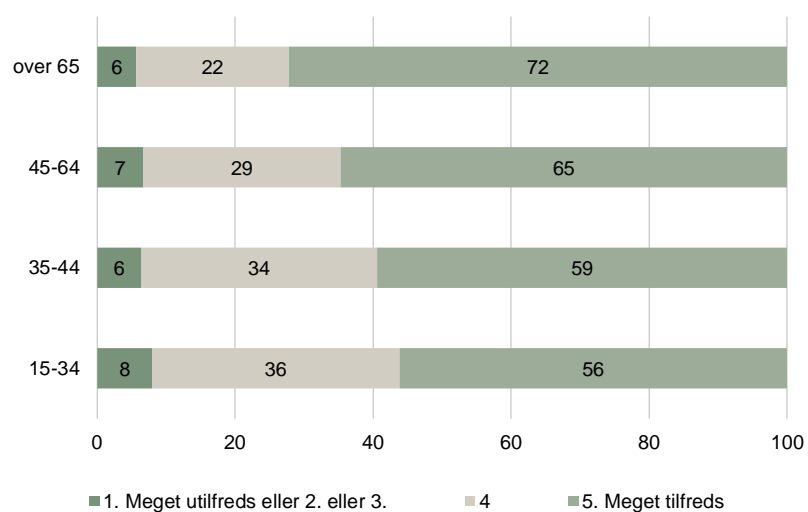
Ses der på tilfredsheden fordelt på nationaliteter, er der en lidt større andel af de tyske turister (67 pct.) og danske turister (64 pct.), som angiver at være meget tilfredse end blandt de øvrige nationaliteter. Betragter man gennemsnittet for grupperne, er billedet dog generelt meget ens for alle nationaliteter; gennemsnittet for tilfredsheden for danske adspurgte turister er på 4,6 og for alle de udenlandske 4,5.

TILFREDSHED: ALDERSGRUPPER

Undersøgelsens resultater viser relativt store forskelle i den overordnede tilfredshed mellem aldersgrupper.

FIGUR 4.3

Tilfredshed for forskellige aldersgrupper. Procent.



Overordnet set er der i gruppen i alderskategorien 65+ en større andel, der placerer sig i kategorien meget tilfreds (72 pct.), end blandt de yngre grupper, hvor 59 pct. af de 35-44-årige angiver at være mest tilfredse og 56 pct. af de 15-34-årige.

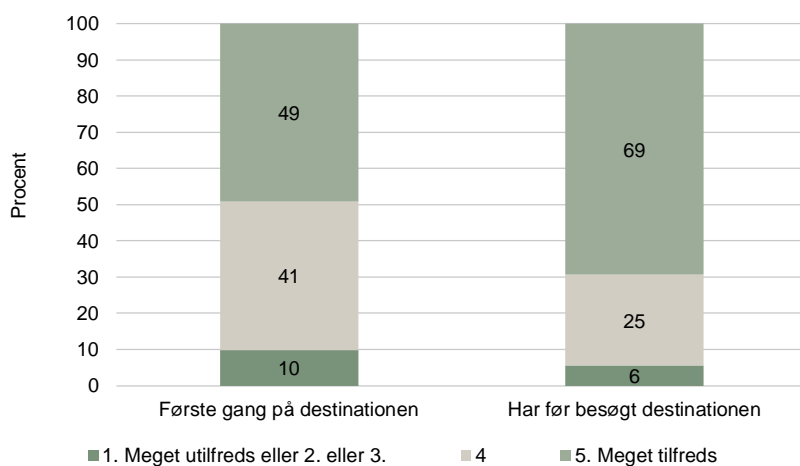
HAR FØR BESØGT DESTINATIONEN

Generelt tegner undersøgelsen et billede af, at der er flere meget tilfredse gæster blandt gengangerne – det vil sige blandt de gæster, der har besøgt destinationen én eller flere gange før.

Ses der på den gennemsnitlige tilfredshed med destinationen i forhold til, om turisten er henholdsvis førstegangsbesøgende eller har besøgt destinationen flere gange, så er tilfredsheden størst hos personer, der før har besøgt destinationen (69 pct.). De er gennemsnitligt mere tilfredse (4,6) end personer, der har deres første besøg (4,4). Der er ikke overraskende en sammenhæng mellem, at turisterne besøger destinationen flere gange, når de er tilfredse.

FIGUR 4.4

Overordnet tilfredshed for førstegangsbesøgende og gengangere. Procent.

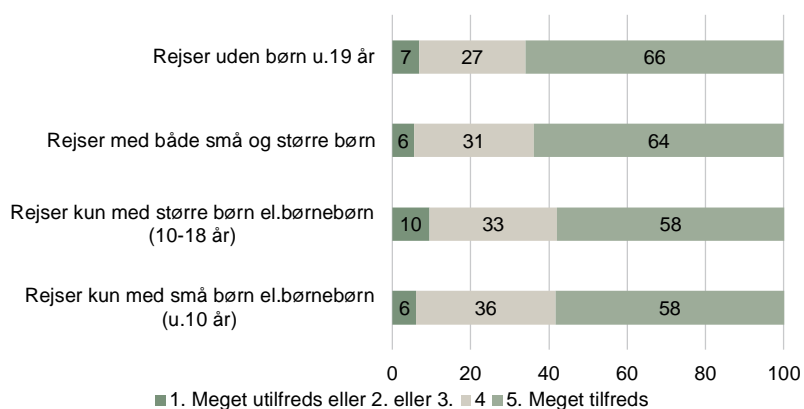


REJSER MED BØRN

Der er ikke markante forskelle at skelne i tilfredsheden mellem gæster, der rejser med og uden børn.

FIGUR 4.5

Tilfredshed for rejsende med og uden børn. Procent.



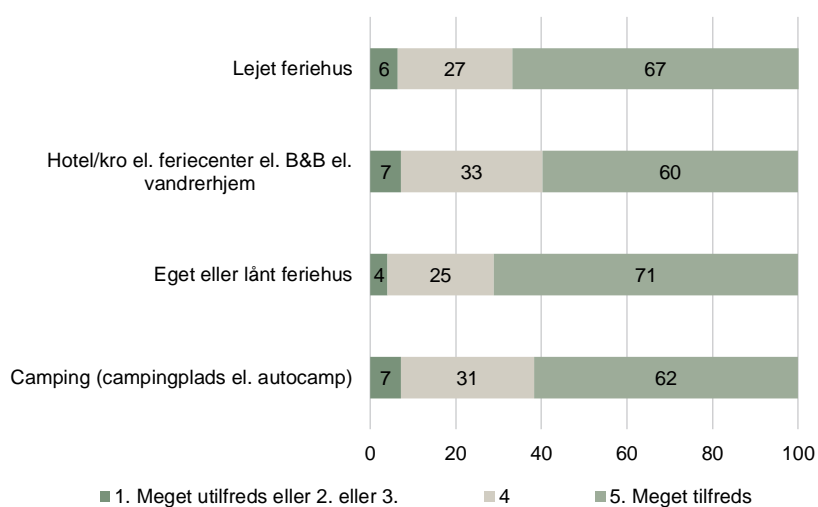
Den største gruppe af turister, der er meget tilfredse, ses hos turister, der rejser uden børn u. 19 år. Lige efter kommer gruppen af turister, der rejser med både små og store børn. Gennemsnitligt placerer alle fire grupper sig dog relativt ens: uden børn (4,6), med både små og større børn (4,6), med større børn (4,5) og med mindre børn (4,5).

OVERNATNINGSFORM

Undersøgelsens resultater brydes ligeledes op på overnatningsform, og her findes en noget større tilfredshed blandt personer i eget feriehus end blandt campister og gæster, der overnatter på kro, hotel eller vandrerhjem.

FIGUR 4.6

Overordnet tilfredshed blandt gæster med forskellige overnatningsformer. Procent.



Den største andel, der er meget tilfreds, ses hos gruppen af turister, der har eget eller lånt feriehus/sommerhus (71 pct.) Gennemsnittet for turisterne i eget eller lånt feriehus/sommerhus er 4,7. Det høje gennemsnit kan forklares ved, at mange af disse turister besøger destinationen flere gange. Gennemsnittet for campisterne er noget lavere (4,5) og kan skyldes andre forhold som fx vejrforhold og lign.

FORHOLD PÅ DESTINATIONEN

I dette kapitel viser vi resultaterne for gæsternes oplevelse af en række destinationsspecifikke forhold for rejsemålet. Gæsterne er blevet spurgt om deres oplevelse af de fysiske forhold, såsom områdets information og skiltning, områdets vedligeholdelse og parkeringsmuligheder samt om pris/kvalitetsforhold generelt, tilfredsheden med bymiljøer, tilfredsheden med butikker og shopping, oplevelsen af restauranter og spisesteder og med offentlige toiletter. Desuden er gæsterne blevet spurgt om deres vurdering af service fra personale i butikker, den generelle venlighed fra befolkningen og børnevenligheden i området. Endelig er der også spurgt om oplevelsen af vejret. I kapitlet vises kun turisternes oplevede tilfredshed med de enkelte forhold, og disse oplevelser deles ikke op på turisternes baggrundskarakteristika.

Resultaterne opbrydes på de 28 destinationer, og vi viser for hvert spørgsmål en rangeret liste over tilfredsheden blandt gæsterne. Nogle destinationer vil udmærke sig på nogle forhold, men score lavt på andre. Andre destinationer vil gennemgående have en høj placering på en række forhold. I det afsluttende afsnit trækker vi derfor nogle resultater frem på tværs af de forskellige destinationsspecifikke temaer og fremhæver her, hvilke destinationer der generelt udmærker sig.

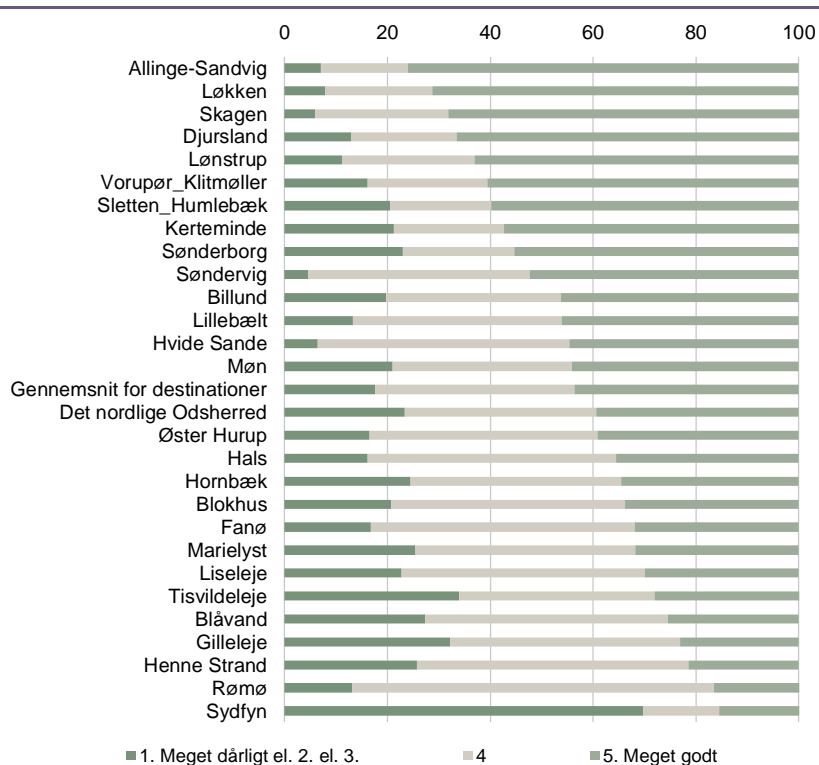
For spørgsmålet om vejret opbrydes resultaterne ligeledes på høj- og lavsæson.

INFORMATION OG SKILTNING

Figur 5.1 viser gæsternes vurdering af information og skiltning i området fordelt på de 28 destinationer. Gæsterne har vurderet information og skiltning ud fra en 5-trins-skala, hvor 1 repræsenterer meget dårligt og 5 meget godt. Vi viser her fordelingen af besvarelserne for kategorierne 1-3, 4 og 5, og destinationerne rangeres efter, hvor stor en andel af gæsterne der har besvaret spørgsmålet med 5: meget godt.

FIGUR 5.1

Vurdering af information og skiltning fordelt på destinationer. Procent.



Resultaterne i figur 5.1 viser, at Djursland, Skagen, Løkken og Allinge-Sandvig har den største andel gæster, der vurderer information og skiltning meget positivt (alle over 60 pct.). I den anden ende af skalaen er

destinationerne Tisvildeleje, Blåvand, Gilleleje, Henne Strand, Rømø og Sydfyn, hvor andelen af meget tilfredse er under 30 pct. af de adspurgte gæster. Sydfyn placerer sig lavest og skiller sig ud med ganske få besvarelser i kategori 4. Dette skyldes en stor overvægt af besvarelser i skalaens middel-kategori (kategori 3), hvor 60 pct. af gæsterne i Sydfyn har placeret oplevelsen af stedets information og skiltning. Destinationerne Søndervig og Hvide Sande, der begge ligger over gennemsnittet, udmærker sig desuden ved at have blot en ganske lille andel af utilfredse gæster (hhv. 5 og 6 pct.), men en større andel af turister, der synes, at information og skiltningen på disse destinationer er god (kategori 4).

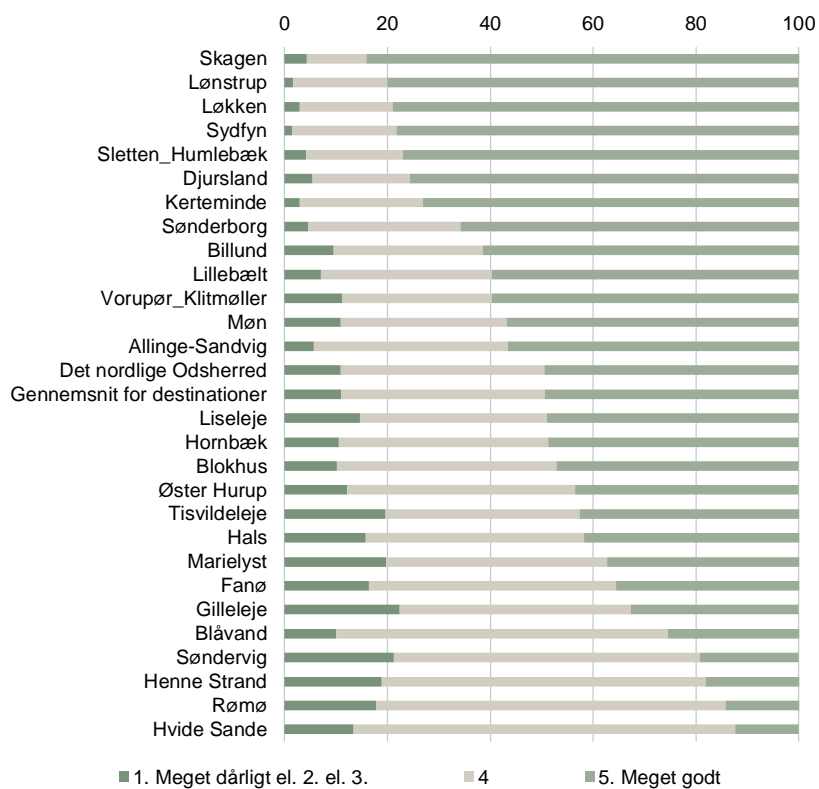
OMRÅDETS VEDLIGEHOLDELSE

Figur 5.2 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets vedligeholdelse for hver af de 28 destinationer.

I toppen finder vi destinationerne Skagen, Lønstrup, Løkken, Sydfyn, Sletten-Humblebæk, Djursland og Kerteminde, hvor en stor andel (over 70 pct.) af de adspurgte gæster vurderer områdets vedligeholdelse meget godt. I den modsatte ende af skalaen finder vi Blåvand, Søndervig, Henne Strand, Rømø og Hvide Sande, hvor under 30 pct. af de adspurgte giver en meget positiv vurdering af områdets vedligeholdelse. Gilleleje, Tisvildeleje og Søndervig skiller sig ud ved, at en lidt større andel (over 20 pct.) vurderer områdets vedligeholdelse i kategori 1 til 3, som altså svarer til meget dårlig, dårlig eller en middel vurdering.

FIGUR 5.2

Vurdering af områdets vedligeholdelse fordelt på destinationer. Procent.

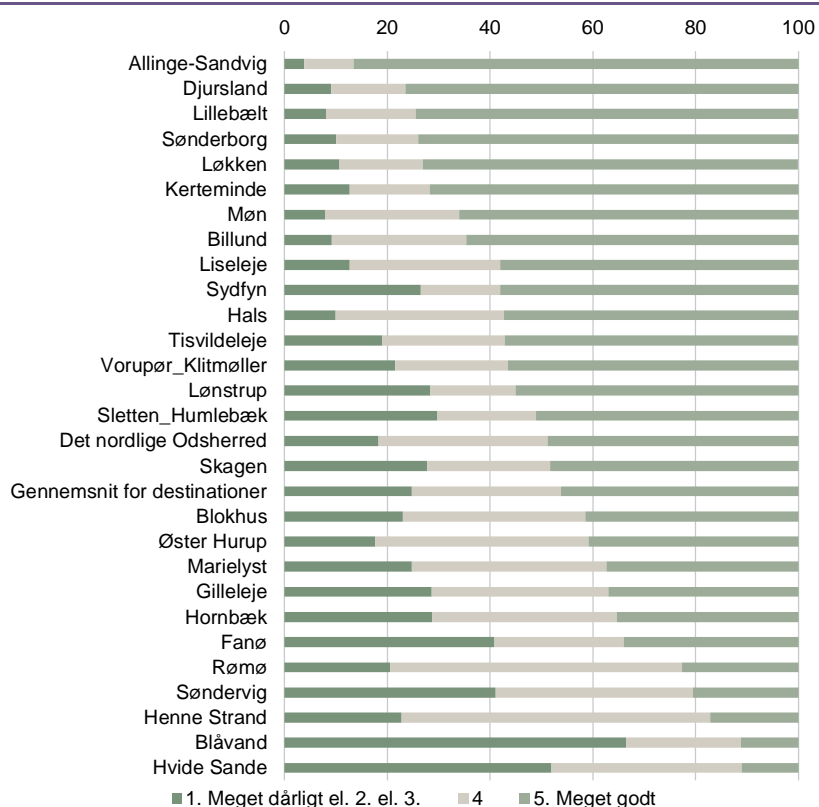


PARKERINGSMULIGHEDER

Figur 5.3 viser, hvordan besvarelsene fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets parkeringsmuligheder for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.3

Vurdering af områdets parkeringsmuligheder fordelt på destinationer. Procent.



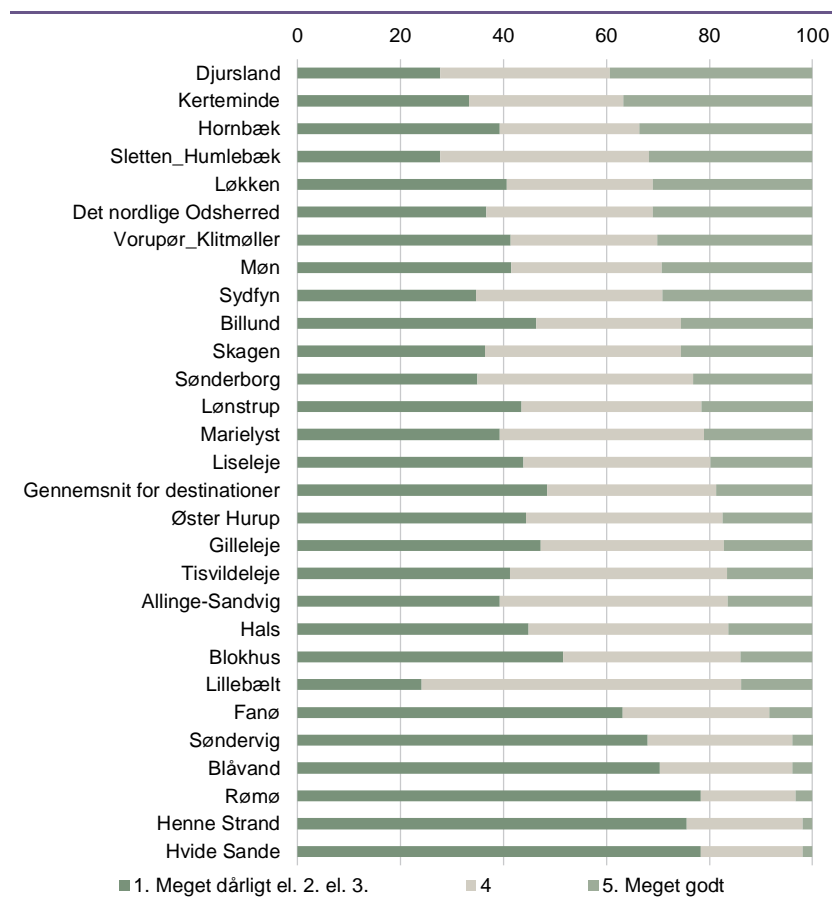
Destinationerne Allinge-Sandvig, Djursland, Lillebælt, Sønderborg, Løkken og Kerteminde scorer højt på spørgsmålet om parkeringsmuligheder, hvor 70 pct. af de adspurgte giver en meget god vurdering. Omvendt giver under 20 pct. af de adspurgte gæster på destinationerne Henne Strand, Blåvand og Hvide Sande en meget positiv vurdering, og for Blåvand og Hvide Sande er der tale om en meget stor andel, der vurderer, at parkeringsforholdene er middel, dårlige eller meget dårlige (hhv. 67 og 52 pct.).

PRIS- OG KVALITETSFORHOLD GENERELT

Figur 5.4 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets generelle pris- og kvalitetsforhold for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.4

Vurdering af områdets pris- og kvalitetsforhold fordelt på destinationer. Procent.



På destinationerne Djursland, Kerteminde, Hornbæk, Sletten-Humlebæk, Løkken og i det nordlige Odsherred vurderer over 30 pct. af de adspurgte, at områdets pris- og kvalitetsforhold er meget gode. For destinatio-

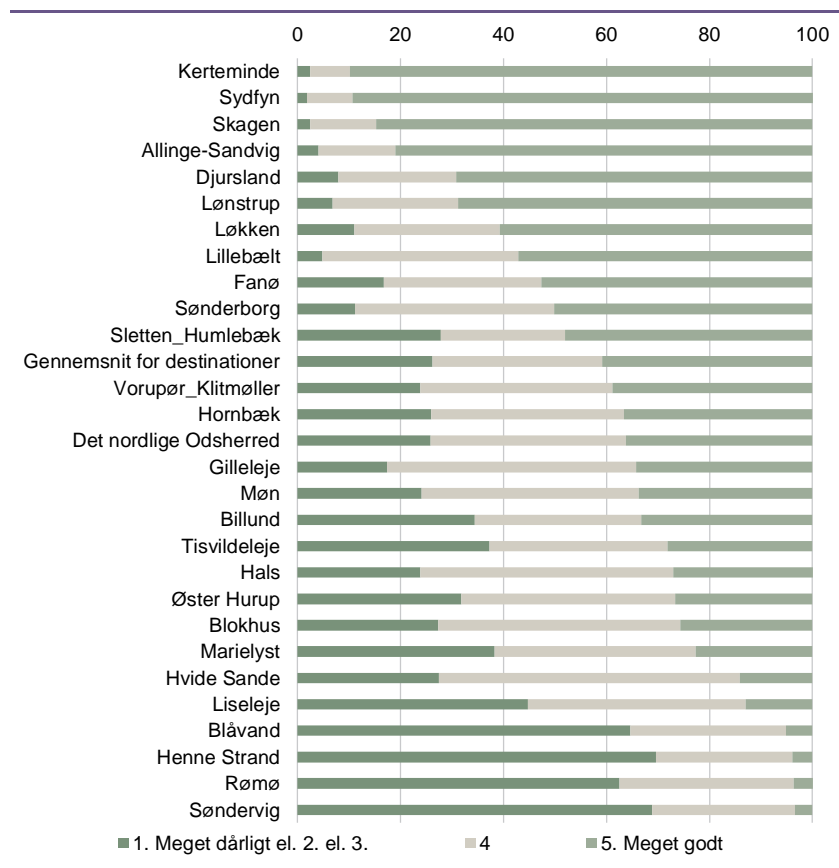
nerne Fanø, Søndervig, Blåvand, Rømø, Henne Strand og Hvide Sande, er det omvendt blot omkring 10 pct., der giver dette svar.

BYMILJØER

Figur 5.5 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets bymiljøer for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.5

Vurdering af områdets bymiljøer fordelt på destinationer. Procent.



For tilfredshed med bymiljøer ligger Kerteminde, Sydfyn, Skagen og Allinge-Sandvig ganske højt med over 80 pct. meget positive vurderinger.

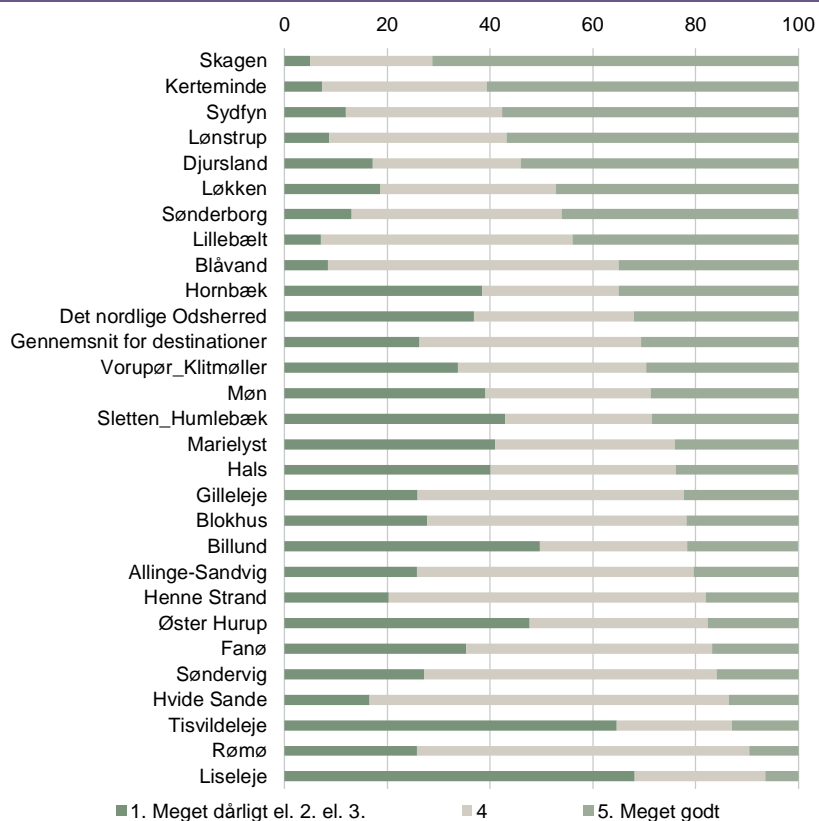
På destinationerne Blåvand, Henne Strand, Rømø og Søndervig er der derimod under 10 pct. af de adspurgte gæster, der placerer sig i kategorien meget god, og en ganske stor andel (over 60 pct.), der vurderer bymiljøerne middel, dårligt eller meget dårligt.

BUTIKKER OG SHOPPING

Figur 5.6 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets butikker og shopping for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.6

Vurdering af områdets butikker og shopping for destinationer. Procent.



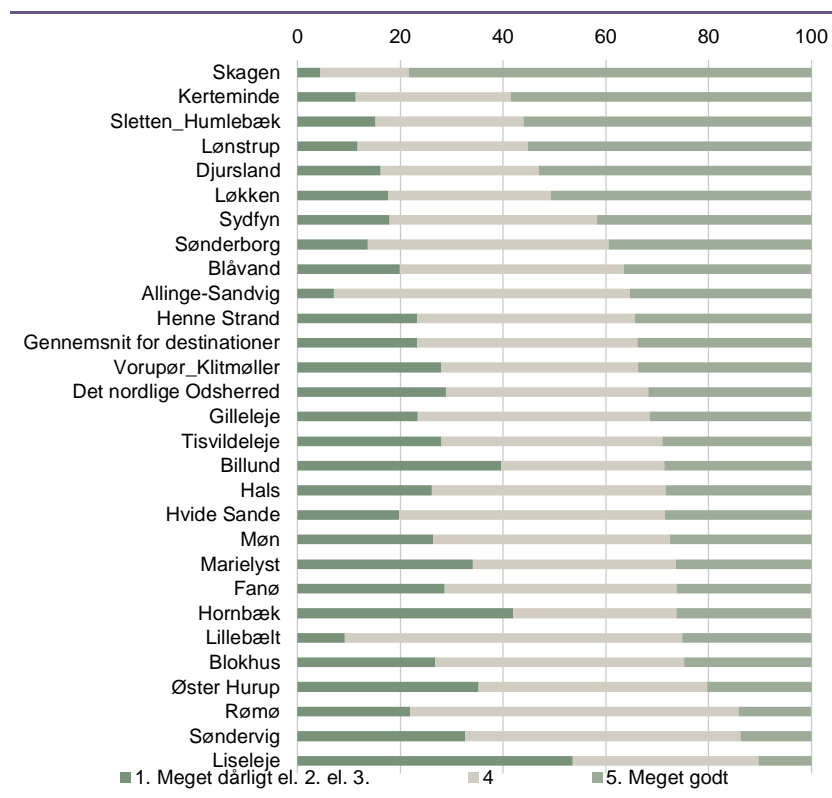
På destinationerne Skagen, Kerteminde, Sydfyn, Lønstrup og Djursland giver over halvdelen af de adspurgte turister en meget positiv vurdering af områdets butikker og shoppingmuligheder. For Henne Strand, Øster Hurup, Fanø, Søndervig, Hvide Sande, Tisvildeleje, Rømø og Liseleje er der derimod blot under 20 pct., der giver en meget positiv vurdering. For Rømø og Hvide Sandes vedkommende er der dog en relativt stor andel, der placerer sig i kategori 4, som svarer til en god vurdering (hhv. 65 og 70 pct.).

RESTAURANTER OG SPISESTEDER

Figur 5.7 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets restauranter og spisesteder for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.7

Vurdering af restauranter og spisesteder fordelt på destinationer. Procent.



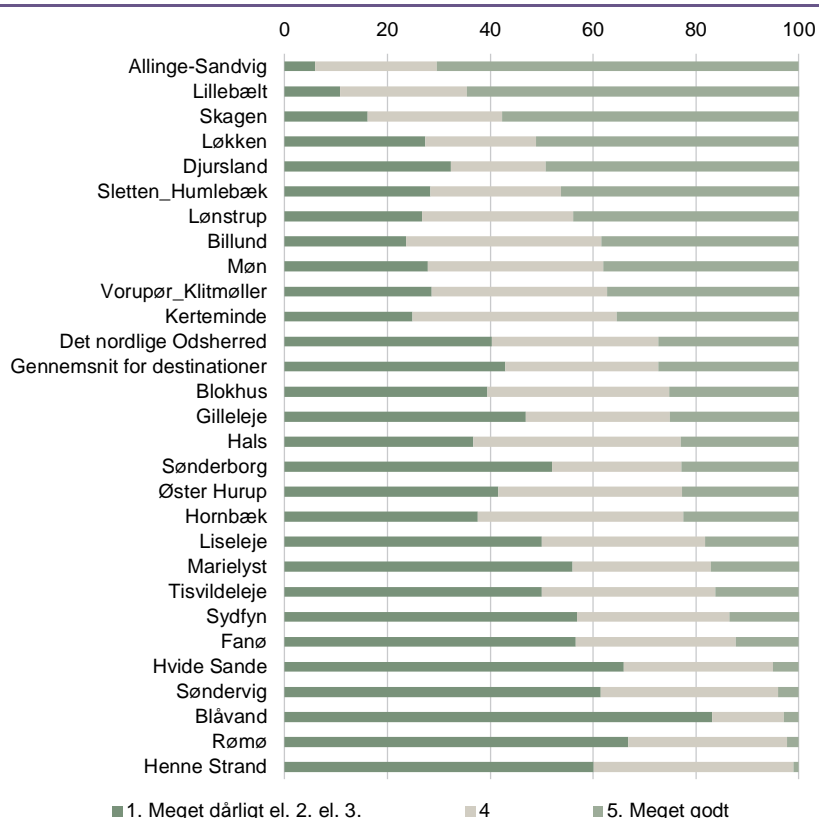
For vurderingen af restauranter og spisesteder er det særlig Skagen, der udmærker sig med 78 pct. af besvarelserne i kategorien meget godt. Her-næst kommer Kerteminde, Sletten-Humlebæk, Lønstrup, Djursland og Løkken, der alle har over 50 pct. af besvarelserne i denne kategori. I bund ligger derimod Rømø, Søndervig og Liseleje, hvor under 20 pct. af de adspurgte turister giver en top-vurdering af områdets restauranter og spise-steder. I Liseleje, som ligger i bund, er over 50 pct. af de adspurgte placeret i kategori 1-3, der afspejler kategorierne meget dårlig, dårlig eller middel.

OFFENTLIGE TOILETFACILITETER

Figur 5.8 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af offentlige toiletfaciliteter for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.8

Vurdering af offentlige toiletfaciliteter fordelt på destinationer. Procent.



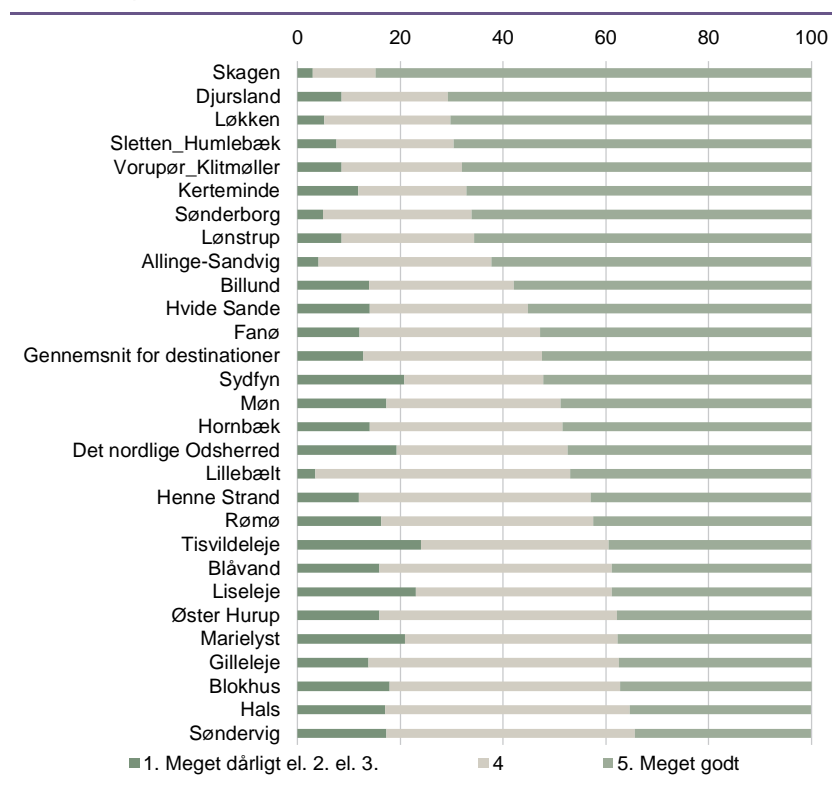
Figur 5.8 viser, at over 50 pct. af de adspurgte turister i Allinge-Sandvig, Lillebælt, Skagen og Løkken vurderer faciliteterne meget positivt, alt imens dette kun er tilfældet for under 10 pct. af de adspurgte i Hvide Sande, Søndervig, Blåvand, Rømø og ved Henne Strand. Lige over 80 pct. af de adspurgte turister i Blåvand har vurderet toiletfaciliteterne meget dårlige, dårlige eller middel.

SERVICE FRA PERSONALE I BUTIKKER

Figur 5.9 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af service fra personale i butikker for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.9

Vurdering af service fra personalet ved eksempelvis spisesteder og attraktioner, fordelt på destinationer. Procent.



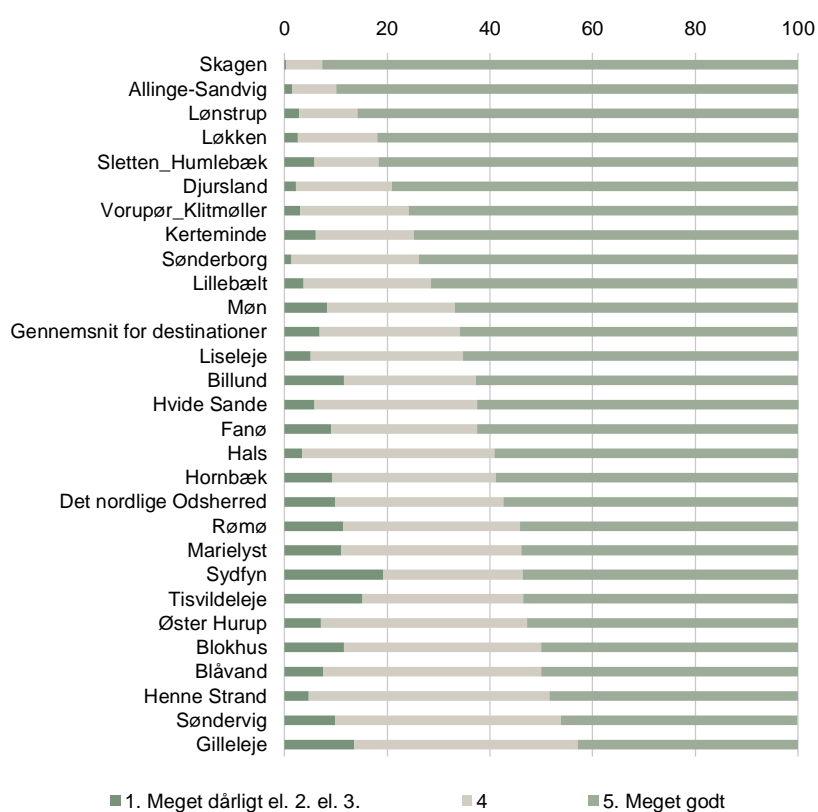
I vurderingen af serviceniveauet fra personale ved eksempelvis spisesteder og attraktioner placerer Skagen sig igen højt med 85 pct. af de adspurgte, der svarer, at servicen er meget god. Også Djursland, Løkken og Sletten-Humlebæk har alle over 70 pct. af besvarelserne i denne kategori. Der er noget mindre tilfredshed på destinationerne Tisvildeleje, Blåvand, Liseleje, Øster-Hurup, Marielyst, Gilleleje, Blokhuse, Hals og Søndervig, men dog stadig en relativt stor andel meget positive besvarelser også for disse destinationer med mellem 34 og 39 pct.

VENLIGHED FRA BEFOLKNINGEN

Figur 5.10 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af venligheden fra befolkningen for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.10

Vurdering af den generelle venlighed fra befolkningen. Fordelt på destinationer. Procent.



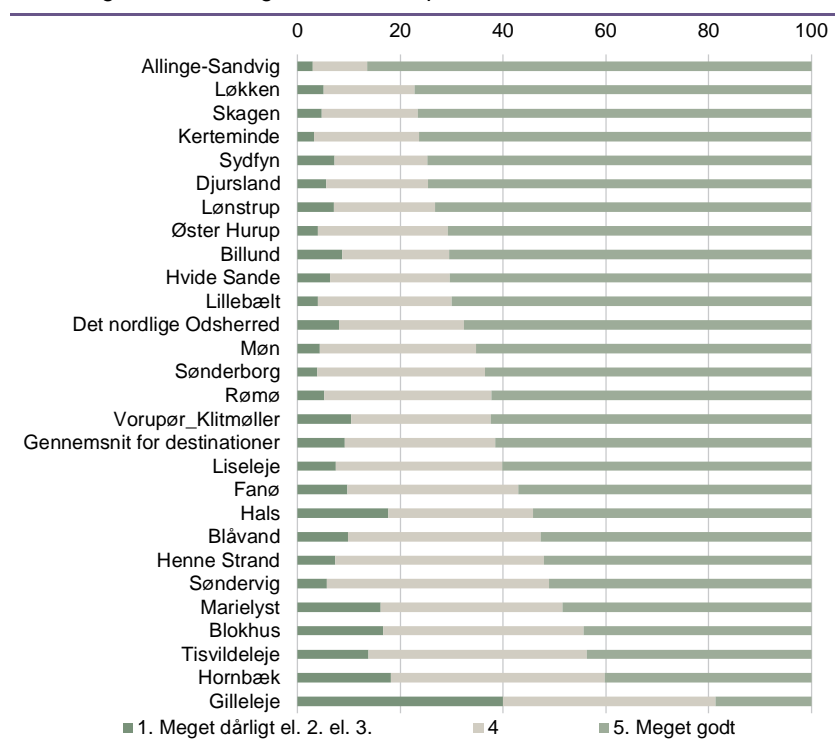
På tværs af destinationer vurderer 66 pct. af de adspurgte gæster venligheden fra befolkningen meget positivt. Destinationer som Skagen og Allinge-Sandvig ligger helt i top med 90 pct. af besvarelserne i denne kategori. I den anden ende af skalaen finder vi Henne Strand, Søndervig og Gilleleje, der dog også alle har over 40 pct. meget positive vurderinger af venligheden.

BØRNEVENLIGHEDEN

Figur 5.11 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig for gæsternes vurdering af børnevenligheden for hver af de 28 destinationer.

FIGUR 5.11

Vurdering af børnevenligheden, fordelt på destinationer. Procent.



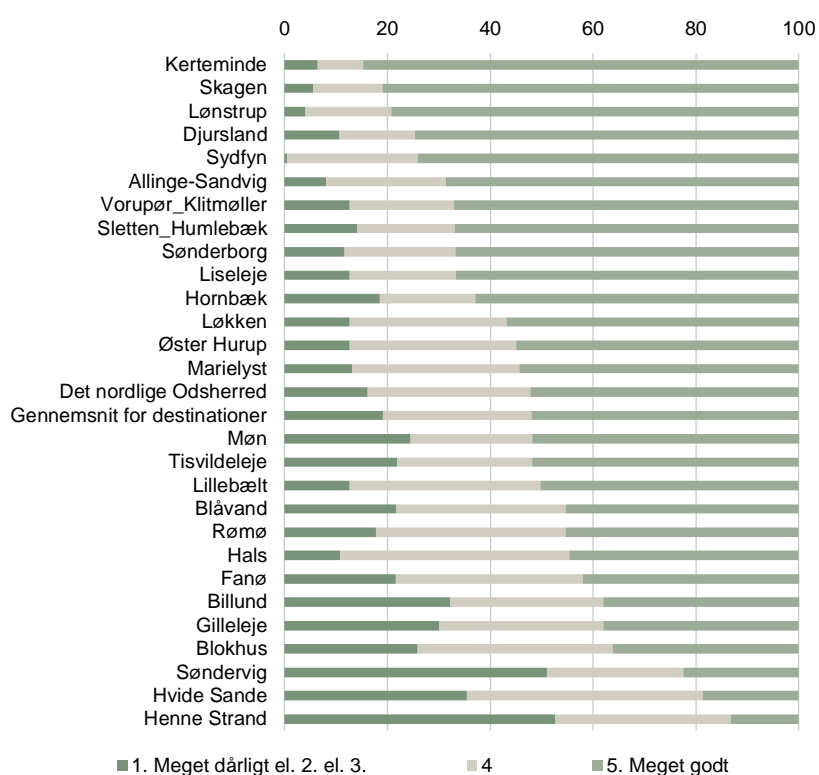
Allinge-Sandvig, Løkken, Skagen, Kerteminde, Sydfyn, Djursland og Lønstrup har alle en stor andel meget positive vurderinger af børnevenligheden (mellem 73 og 86 pct. af de adspurgte gæster). Det generelle billede på tværs af destinationer er ligeledes, at mere end halvdelen af gæsterne giver en meget positiv vurdering (62 pct.). I den lidt lavere ende ligger Marielyst, Blokhus, Tisvildeleje og Hornbæk med mellem 40 og 49 pct. meget positive besvarelser. Gilleleje bemærker sig ved en særligt stor andel besvarelser i kategori 1 til 3, men dette billede skyldes primært, at 35 pct. af de adspurgte er placeret i middel-kategorien, og at blot 75 personer har besvaret dette spørgsmål i Gilleleje.

VEJRET

Vejret kan have stor betydning for en ferieoplevelse i Danmark. Figur 5.12 viser, hvordan besvarelsene fordeler sig for gæsternes vurdering af områdets vejr for hver af de 28 destinationer. Den efterfølgende figur 5.13 viser, at oplevelsen af vejret er sæsonafhængig.

FIGUR 5.12

Vurdering af vejret fordelt på destinationer. Procent.

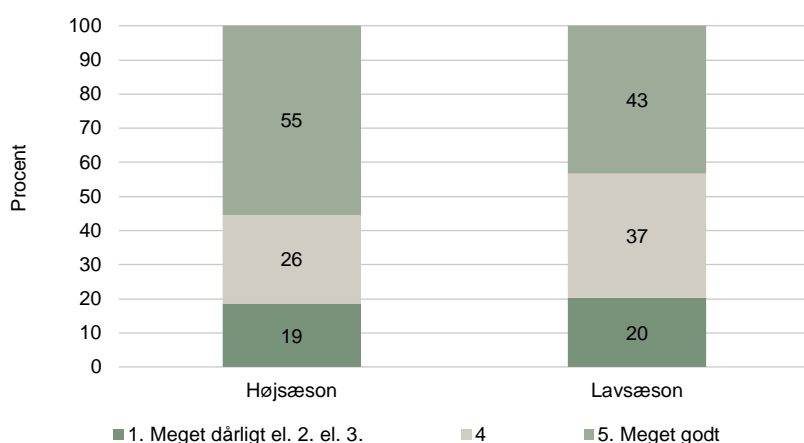


For begge sæsoner samlet er det Kerteminde, Skagen, Lønstrup, Djursland og Sydfyn, der scorer højest på gæsternes vurdering af vejret, alle med over 70 pct. meget positive vurderinger. I bund ligger Søndervig, Hvide Sande og Henne Strand, hvor under 30 pct. af gæsterne har vurderet vejret meget positivt.

Gæsternes vurdering af vejret er stærkt sæsonafhængig. Og figur 5.13 viser da også, at hele 55 pct. vurderede vejret meget positivt i højsæsonen, mens dette var tilfældet for en lidt mindre andel (43 pct.) i lavsæsonen.

FIGUR 5.13

Vurdering af vejret fordelt på høj- og lavsæson. Procent.



OPSAMLING

Som det fremgår af gennemgangen af turisternes vurdering af en række destinationspecifikke forhold, vil nogle destinationer score højt på nogle forhold, men placere sig lavere på andre. Det gælder eksempelvis en destination som Skagen, der på næsten samtlige forhold opnår en placering helt i top, men på spørgsmålet om parkeringsmuligheder og spørgsmålet om prisforhold blot opnår en middel placering. Overordnet tegner der sig dog et billede af, at nogle destinationer udmærker sig ved en generelt høj placering med meget positive vurderinger fra gæsterne sammenlignet med andre destinationer, der på tværs af de 12 spørgsmål opnår en noget ringere vurdering fra gæsterne.

Destinationer, der generelt er højt placeret med meget positive vurderinger fra de besøgende, er Skagen, Djursland, Lønstrup, Allinge-Sandvig, Kerteminde, Lillebælt og Løkken.

Destinationer, som opnår noget færre meget positive vurderinger fra gæsterne på tværs af de 12 spørgsmål, er Liseleje, Rømø, Blåvand, Gilleleje, Henne Strand, Marielyst, Sønderborg, Søndervig og Tisvildeleje.

OVERNATNING

I det følgende beskrives gæsternes vurdering af overnatningsmulighederne i forhold til overnatningsstedets standard og kvalitet, dets beliggenhed og service fra personalet.

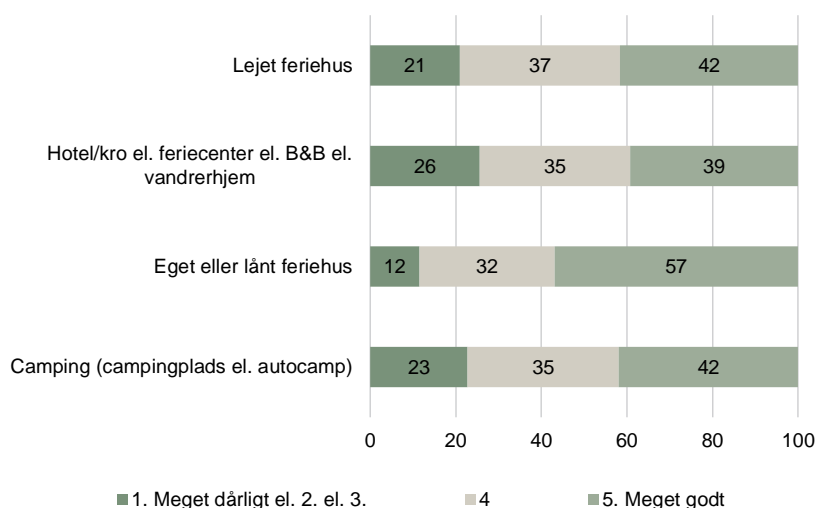
Der vil som oftest være store forskelle på oplevelsen af disse forhold, alt efter hvilken overnatningsform gæsten har benyttet – det være sig eksempelvis camping, feriehus eller hotel. Derfor opbrydes resultaterne på gæsternes overnatningsform. Desuden opbrydes resultaterne yderligere – hvor der er forskelle at spore – på nationaliteter.

STANDARD OG KVALITET

Det er naturligt, at vurderingen af overnatningsstedets standard og kvalitet varierer mellem gæster på forskellige overnatningssteder. Figur 6.1 viser vurderingen af standard og kvalitet fordelt på følgende grupper af gæster: gæster i lejet feriehus, gæster på hotel/feriecenter eller B&B, gæster i eget eller lånt feriehus samt campister.

FIGUR 6.1

Vurdering af overnatningens standard og kvalitet for gæster med forskellig overnatningsform. Procent.

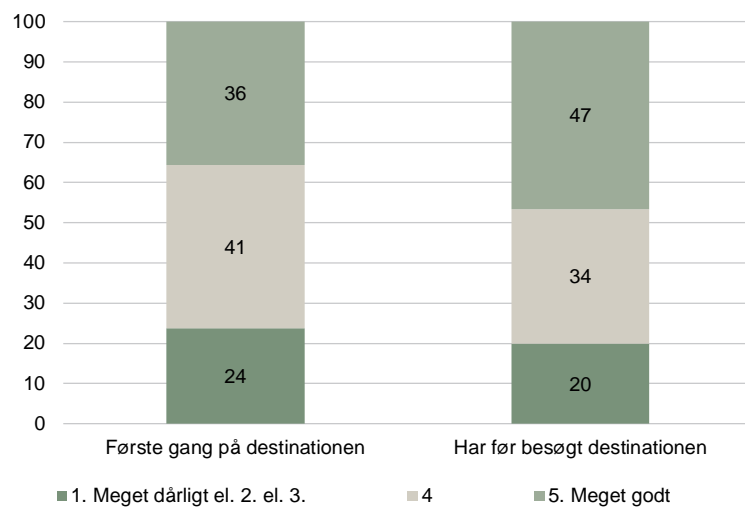


Fordelingen viser, at der er den største andel af meget tilfredse blandt personer i eget eller lånt feriehus (57 pct.). Det kan skyldes, at personer, der låner eller ejer et feriehus, typisk er tilbagevendende gæster, der har deres eget hus i området. Omvendt er der blandt de, der bor på hotel, kro eller feriecenter, en mindre andel meget tilfredse (39 pct.). Dette er overraskende, da disse overnatningstyper ellers kan forbindes med mere luksus, men omvendt kan der samtidig også tænkes at være højere forventninger til disse typer af overnatning.

At gengangere skulle være mere tilfredse end førstegangsbesøgende, bakkes op af billedet i figur 6.2, der viser, at personer, der før har besøgt destinationen, er langt mere positive omkring overnatningens standard og kvalitet end førstegangsbesøgende – formentlig fordi de vælger at vende tilbage netop til de steder, hvor de har oplevet en god standard.

FIGUR 6.2

Oplevelse af overnatningsstandard og kvalitet fordelt på førstegangsbesøgende og gengangere. Procent.



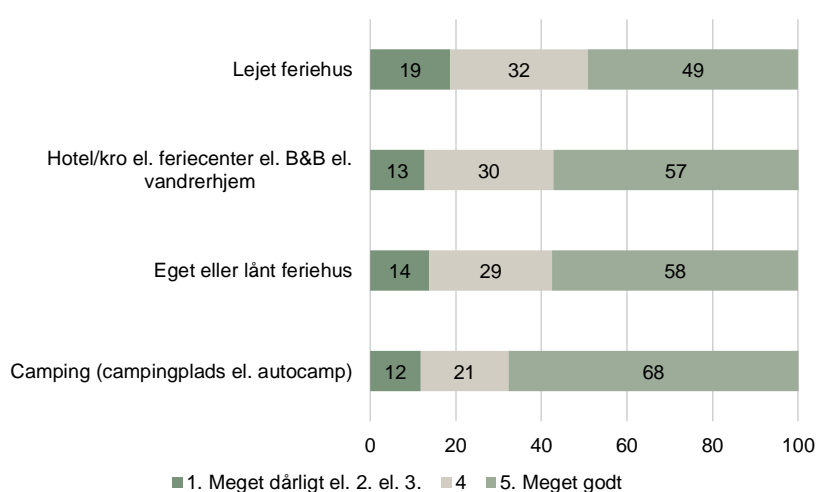
Figur 6.2 viser, at der er flere meget tilfredse blandt gengangerne (47 pct.) end blandt de førstegangsbesøgende (36 pct.).

BELIGGENHED

Hvad angår overnatningsstedets beliggenhed, afspejler undersøgelsen størst tilfredshed blandt de, der bor på campingplads.

FIGUR 6.3

Oplevelse af overnatningsformens beliggenhed, fordelt på overnatningsform. Procent.



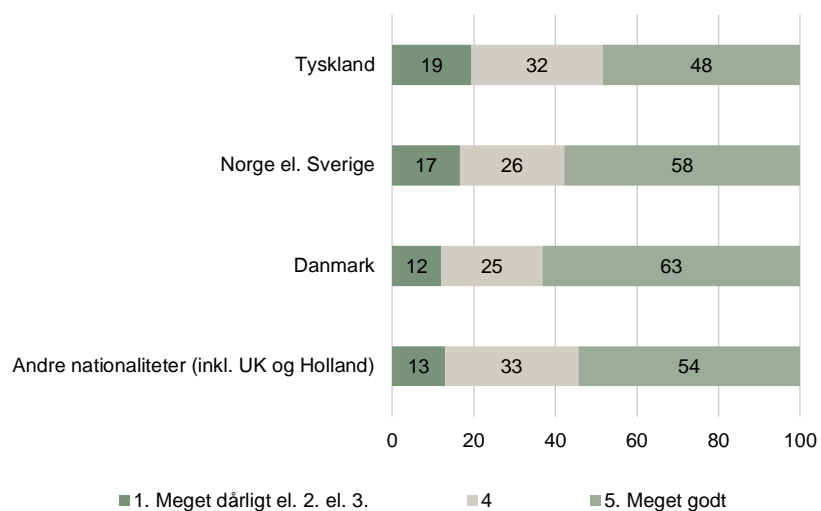
Figur 6.3 viser, at når det kommer til beliggenhed, så er der den største andel tilfredse gæster (68 pct.) blandt de camperende gæster. Dette er ikke overraskende, da campingpladser oftest er placeret med god adgang til naturskønne områder. Omvendt er der den mindste andel af tilfredse blandt de, der bor i lejet feriehus (57 pct.), efterfulgt af hotel/kro/B&B og vandrerhjem. Undersøger man, hvilke af disse grupper der planlægger at besøge naturområder under deres ophold, er der 90 pct. af campisterne, der svarer ja, mens der er blot 79 pct. af de, der bor på hotel eller kro, der svarer ja. Disse forskelle i præferencer kan således også have noget at sige for oplevelsen af overnatningsstedets beliggenhed.

Hvad angår beliggenheden, viser figur 6.4, at der ligeledes er forskelle at spore mellem danske og udenlandske gæster, hvor en større an-

del af danskerne synes meget godt om beliggenheden (63 pct.) sammenlignet med de tyske turister (48 pct.).

FIGUR 6.4

Oplevelse af overnatningsstedets beliggenhed, opdelt på nationaliteter. Procent.

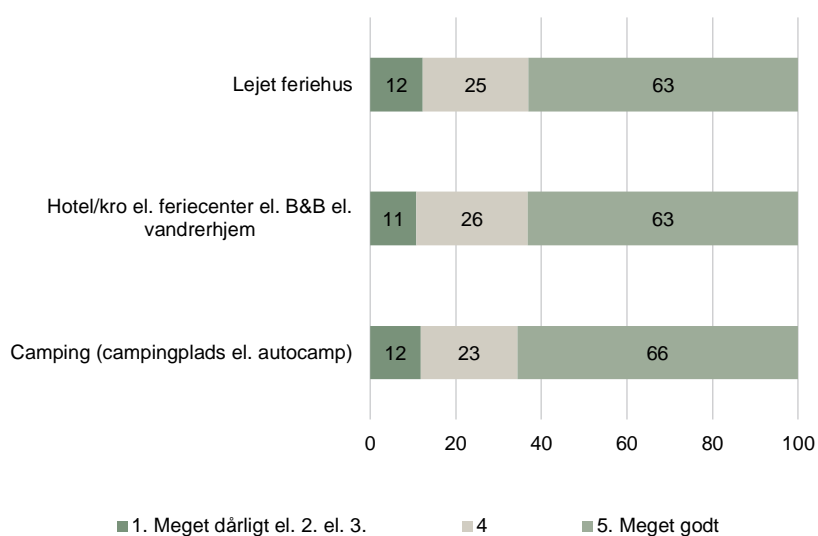


INFORMATION OG SERVICE FRA PERSONALE

Undersøgelsen viser ligeledes, hvordan gæsterne opfatter service og information fra personale på overnatningsstedet. Opbrudt på overnatningssted viser undersøgelsen, at der er den største andel af meget tilfredse blandt camperende gæster (66 pct.)

FIGUR 6.5

Tilfredshed med information og service opdelt på overnatningsform. Procent.

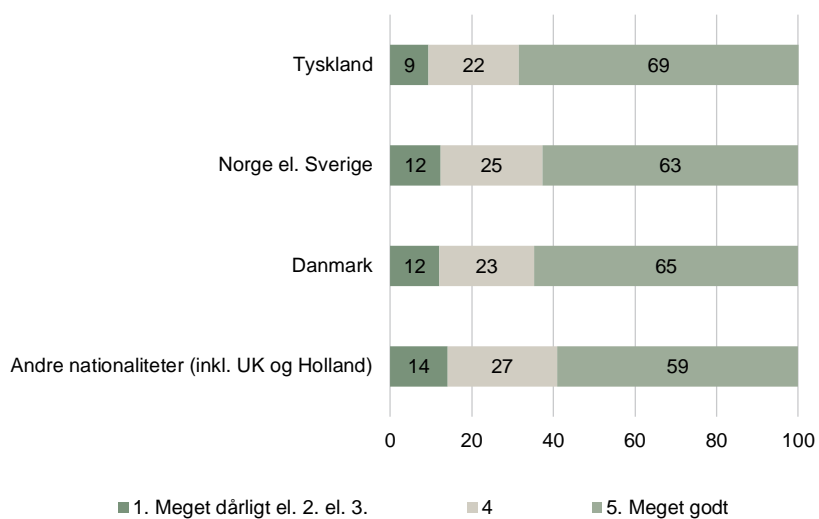


Anm.: Kategorien eget eller lånt feriehus udgår her, da der ikke er personale tilknyttet denne overnatningsform.

Opdeler man resultaterne på nationaliteterne, så findes den største andel af meget tilfredse blandt de tyske turister (69 pct.), efterfulgt af de danske rejsende (65 pct.). Noget tyder altså på, at de danske feriesteder er gode til at tage imod tyske turister, når det kommer til information og service på overnatningsstederne.

FIGUR 6.6

Oplevelse af information og service fra personale, fordelt på nationaliteter.
Procent.



NATUROMRÅDER

I undersøgelsen afdækkes gæsternes oplevelse af destinationernes naturområder samt deres oplevelser af strand og kyst. I dette kapitel ser vi nærmere på resultaterne af undersøgelsen på en række forhold for de 28 destinationer: særlige naturområder, stier, vandre- og cykelruter, naturlejepladser og lign., guidede ture og naturvejledning samt information og skiltning. For 13 af destinationerne, som er særligt kendte som badedestinationer, afdækker vi ligeledes gæsternes tilfredshed med en række forhold, der har betydning for oplevelsen af strand og kyst.

NATUROMRÅDER

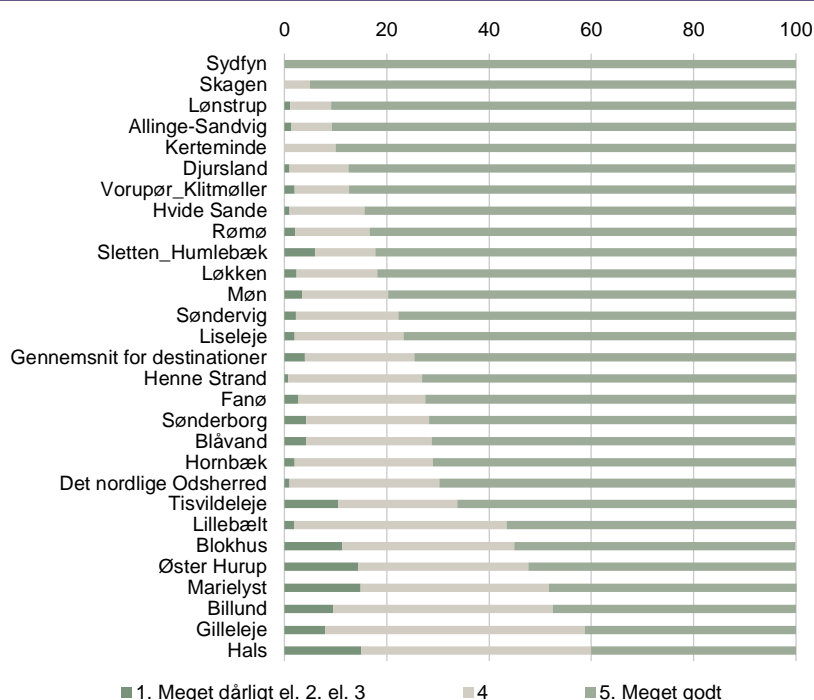
Deltagerne i undersøgelsen er blevet bedt om at placere en række forskellige oplevelser med destinationens naturområder på en 5-trinsskala, hvor 1 repræsenterer meget dårligt, og 5 repræsenterer meget godt. Det generelle billede er, at få gæster placerer sig i kategorierne 1 til 3 og relativt mange i kategorierne 1 og 4. Resultaterne vises derfor for kategori 1 til 3 samlet og separat for kategori 4 og 5.

SÆRLIGE NATUROMRÅDER

Figur 7.1 viser, hvordan gæsterne fordeler sig på tilfredshedsskalaen ift. destinationens særlige naturområder, det være sig eksempelvis nationalparker og lign.

FIGUR 7.1

Oplevelse af tilfredshed med særlige naturområder. Procent.



Anm.: Tabellen viser destinationer med minimum 30 besvarelser – ingen destinationer udgår.

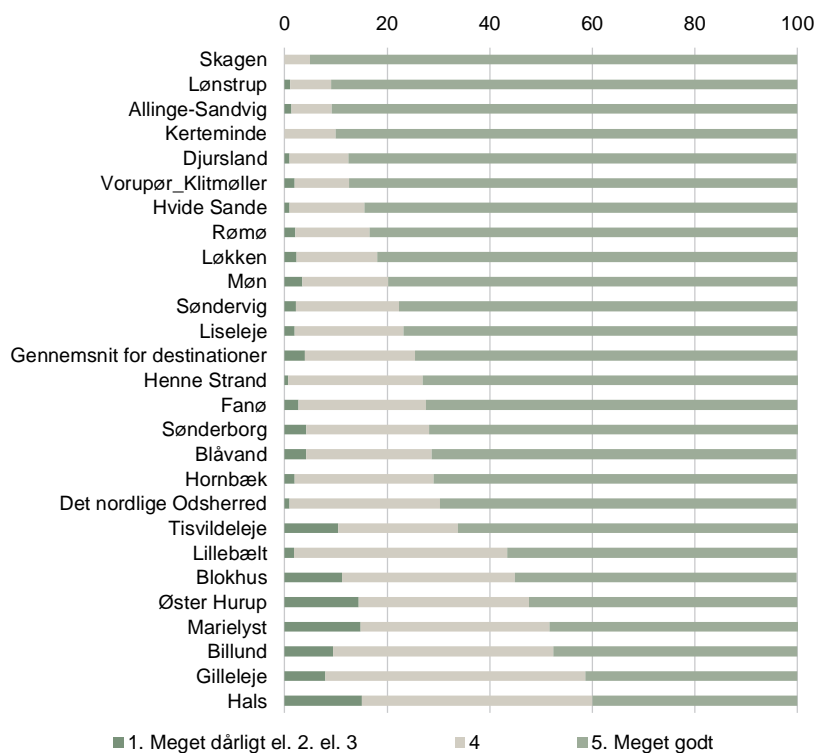
Det fremgår af figur 7.1, at en stor andel af de adspurgte gæster på Sydfyn (100 pct.) og i Skagen (95 pct.) har en meget god oplevelse med de særlige naturområder i området. De to destinationer er da også kendt for deres særlige natur, for Skagens vedkommende Grenen og Råbjerg Mile og for Sydfyn det Sydfynske øhav. Det generelle billede på tværs af destinationer viser ligeledes en stor andel meget positive vurderinger (75 pct.). For destinationer som Hals og Gilleleje er andelen af meget positive besvarelser noget mindre (hvh. 40 og 41 pct.).

STIER, VANDRE- OG CYKELRUTER

Figur 7.2 viser gæsternes oplevelser af stier, vandre- og cykelruter.

FIGUR 7.2

Oplevelse af tilfredshed med stier, vandre- og cykelruter. Procent.



Anm.: Tabellen viser destinationer med minimum 30 besvarelser – ingen destinationer udgår.

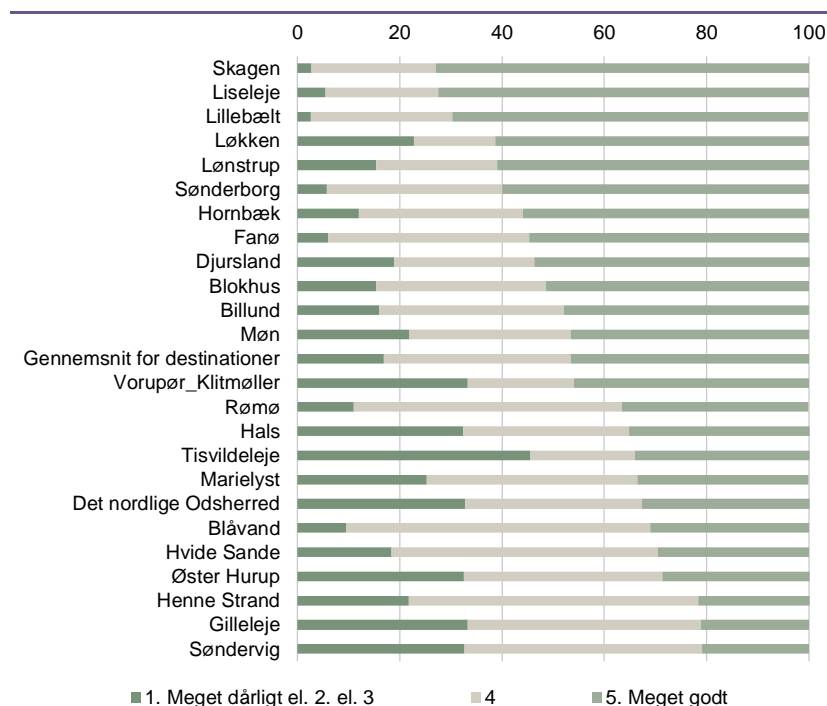
Det generelle billede viser, at 75 pct. af de adspurgte vurderer stier, vandre- og cykelruter som meget gode, mens nogle destinationer, såsom Skagen, Lønstrup og Allinge-Sandvig, placerer sig i top med en stor andel meget positive besvarelser (hhv. 95, 91 og 91 pct.), mens andre destinationer ligger noget lavere, eksempelvis Gilleleje (41 pct.) og Hals (40 pct.).

NATURLEGEPLADSER OG LIGNENDE AKTIVITETSOMRÅDER

Figur 7.3 viser fordelingen for gæsternes oplevelser af naturlegepladser og lignende aktivitetsområder.

FIGUR 7.3

Oplevelse af tilfredshed med naturlegepladser og lignende aktivitetsområder.
Procent.



Anm.: Tabellen viser destinationer med minimum 30 besvarelser – ingen destinationer udgår.

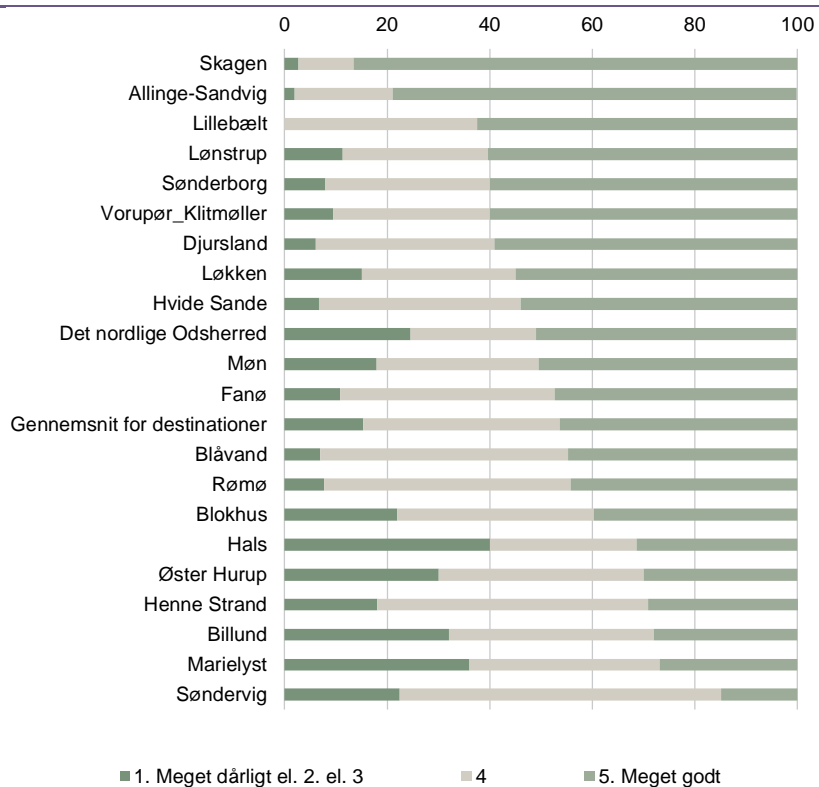
Her svarer hele 73 pct. af de adspurgte gæster i både Skagen og Liseleje, at naturlegepladser og lignende områder er meget gode, mens det generelt på tværs af destinationerne gør sig gældende for 47 pct. og for destinationer som Gilleleje og Søndervig for blot 21 pct. af de adspurgte gæster.

NATURVEJLEDNING OG GUIDEDE RUNDTURE

Figur 7.4 viser fordelingen for gæsternes oplevelser af destinationens naturvejledning og guidede ture. 7 destinationer udgår af analysen pga. for få besvarelser.

FIGUR 7.4

Oplevelse af tilfredshed med naturvejledning og guidede rundture. Procent.



Anm.: Resultater for Liseleje, Gilleleje, Hornbæk, Tisvildeleje, Sydfyn, Kerteminde og Sletten-Humblebæk fremgår ikke af tabellen, da disse destinationer har under 30 besvarelser for det pågældende spørgsmål.

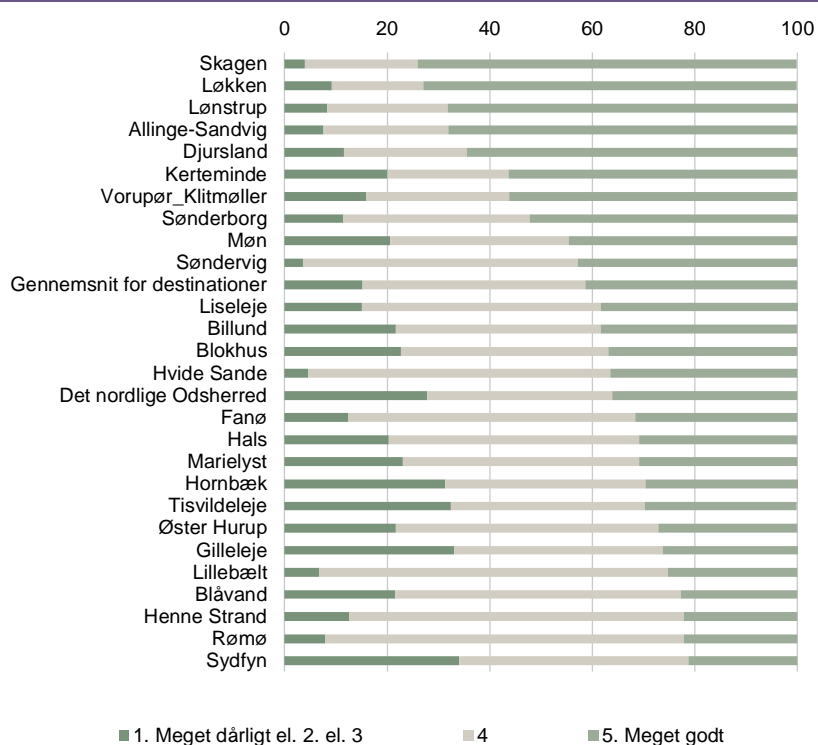
Det fremgår af figur 7.4, at det generelle billede på tværs af destinationer er, at lige under halvdelen af gæsterne vurderer naturvejledning og guidede ture meget positivt (45pct.), mens nogle destinationer skiller sig ud med en stor andel gæster, der svarer meget godt til spørgsmålet, eksempelvis Skagen (87 pct.) og Allinge-Sandvig (79 pct.). For Billund, Marielyst og Søndervig giver under 30 pct. af de adspurgte en meget positiv vurdering.

INFORMATION OG SKILTNING

Der er stor forskel på tilfredsheden med information og skiltning i naturen for de forskellige destinationer.

FIGUR 7.5

Oplevelse af tilfredshed med information og skiltning. Procent.



Anm.: Resultater for Stetten-Humblebæk fremgår ikke af tabellen, da denne destination har under 30 besvarelser for det pågældende spørgsmål.

Figur 7.5 viser fordelingen for gæsternes tilfredshed med information og skiltning. I Skagen, Løkken, Lønstrup og Allinge-Sandvig giver over to tredjedele en meget positiv vurdering (hhv. 74, 73, 68 og 68 pct.), mens dette gør sig gældende for under én fjerdedel af de adspurgte gæster i Blåvand, Henne Strand, Rømø og på Sydfyn (hhv. 23, 22, 22 og 21 pct.).

STRAND OG KYST

I gæsteundersøgelsen sætter vi ligeledes fokus på turisternes oplevelser af strand og kyst, som er én af de store attraktioner for kystdestinationerne i Danmark. Undersøgelsens spørgsmål drejer sig om følgende temaer: tilfredshed med strand og kyst, tilfredshed med badeforhold og strandens aktivitetsmuligheder samt tilfredshed med adgangsforholdene til strand og udsigtspunkter.

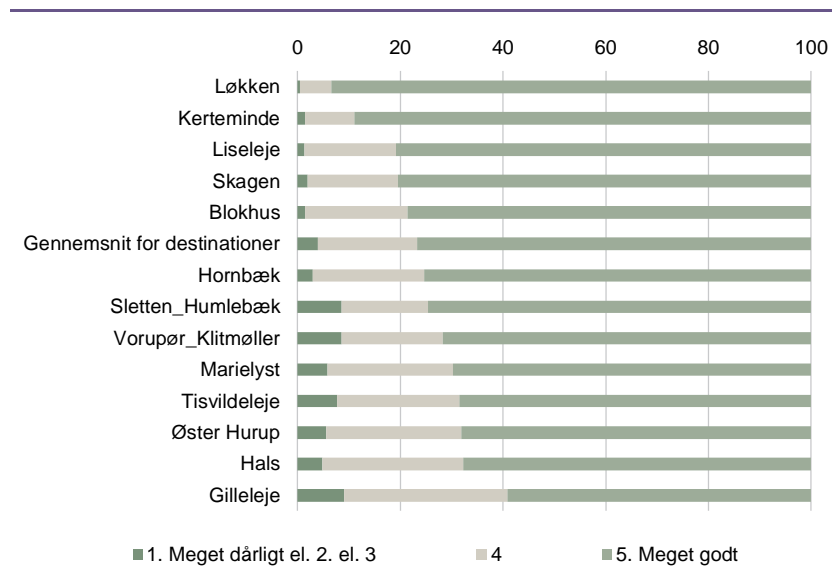
Resultaterne af analysen vises for de 13 destinationer, som Videncenter for Kystturisme har udpeget som *badedestinationer*, det drejer sig om: Blokhus, Gilleleje, Hals, Hornbæk, Kerteminde, Liseleje, Løkken, Marielyst, Skagen, Sletten-Humblebæk, Tisvildeleje, Vørupør-Klitmøller og Øster Hurup. Resultaterne af tilfredshedsmålingen i det følgende baserer sig på destinationer, hvor minimum 30 gæster har besvaret spørgsmålet om deres tilfredshed på en 5-trinsskala. Destinationerne rangeres, således at destinationer med den største andel af meget tilfredse placeres øverst, og destinationer med den mindste andel meget tilfredse placeres nederst. Ligeledes vises fordelingen, som den ser ud på tværs af destination (gennemsnit for destinationer).

STRAND OG KYST

Figur 7.6 viser fordelingen af besvarelser på tilfredshedsskalaen for gæster-nes tilfredshed med strand og kyst på de 13 udvalgte badedestinationer.

FIGUR 7.6

Oplevelse af tilfredshed med strand og kyst – for udvalgte badedestinationer. Procent.



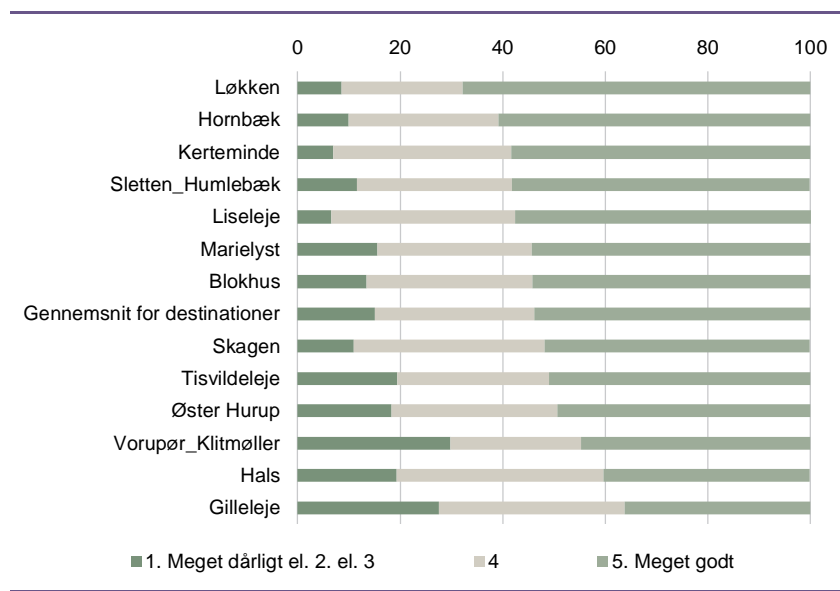
Det fremgår af fordelingen, at Løkken og Kerteminde ligger i top, idet hhv. 94 og 89 pct. af gæsterne svarer meget godt til vurderingen af strand og kyst. Dette er noget over det generelle billede, hvor 77 pct. af de adspurgte placerer sig i denne kategori. Tisvildeleje, Øster Hurup, Hals og Gilleleje, som er placeret nederst på listen, har dog stadig en pæn andel besvarelser i meget positiv, nemlig mellem 59 og 69 pct. af besvarelserne.

BADEFORHOLD OG AKTIVITETSMULIGHEDER VED STRANDEN

I figur 7.7 ser vi for de samme 13 destinationer fordelingen af besvarelser for spørgsmålet om oplevelser med badeforhold og øvrige aktivitetsmuligheder ved stranden.

FIGUR 7.7

Oplevelse af tilfredshed med badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden – for udvalgte badedestinationer. Procent.



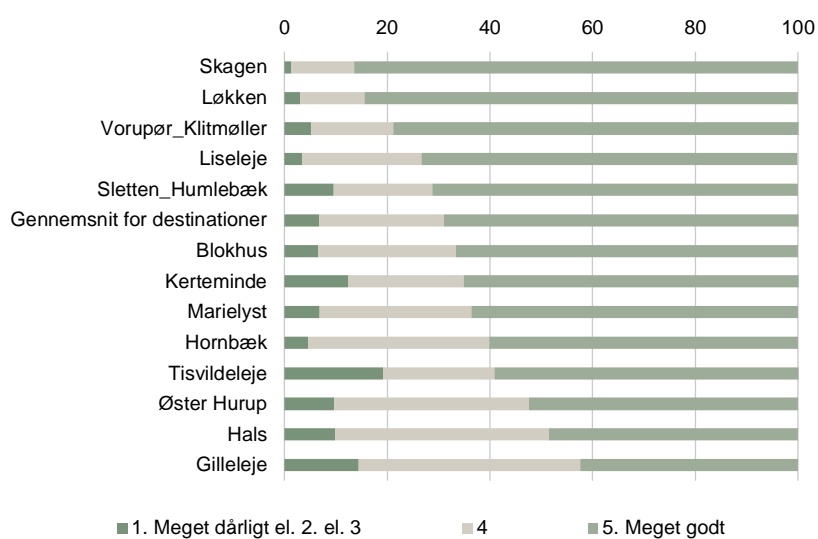
Figur 7.7 viser, at Løkken igen placerer sig i top med den største andel meget positive besvarelser (68 pct.), hvor det generelle billede på tværs af destinationer er 54 pct., der svarer meget godt til spørgsmålet om bademuligheder og aktiviteter ved stranden. I bund placeres igen Hals og Gilleleje med hhv. 40 og 36 pct. af besvarelserne i kategorien meget godt.

ADGANGSFORHOLD TIL STRAND OG UDSIGTSPUNKTER

Figur 7.8 viser besvarelsenes fordeling til spørgsmålet om adgangsforhold til strand og udsigtspunkter for de 13 badedestinationer.

FIGUR 7.8

Oplevelse af tilfredshed med adgangsforhold til strand og udsigtspunkter – for udvalgte badedestinationer. Procent.



Figuren viser, at Skagen (86 pct.) og Løkken (84 pct.) igen ligger i top, hvad angår andelen af meget positive besvarelser. Her er det spørgsmålet om adgangsforhold til strand og udsigtspunkter. For det generelle billede på tværs af destinationer placerer 69 pct. af undersøgelsens gæster sig i kategorien meget godt. I bund ligger destinationerne Hals (49 pct.) og Gilleleje (42 pct.).

ATTRAKTIONER

I undersøgelsen afdækkes gæsternes oplevelse af destinationernes attraktioner, som opgøres på en række forhold: historiske seværdigheder, oplevelsescentre, arrangementer og andre aktivitetstilbud. Resultaterne nedbrydes på de 28 kystdestinationer.

Deltagerne i undersøgelsen er for hvert tema blevet bedt om at placere sig på en 5-trinsskala, hvor 1 repræsenterer meget dårligt og 5 repræsenterer meget godt. Det generelle billede er, at få gæster placerer sig i kategorierne 1 til 3 og relativt mange i kategorierne 4 og 5. Resultaterne vises derfor for kategori 1 til 3 samlet og separat for kategori 4 og 5.

I kapitlet afrapporteres resultaterne som en rangordnet tabel, hvor destinationer med den største andel meget positive besvarelser placeres højest, og destinationer med den mindste andel meget positive placeres nederst.

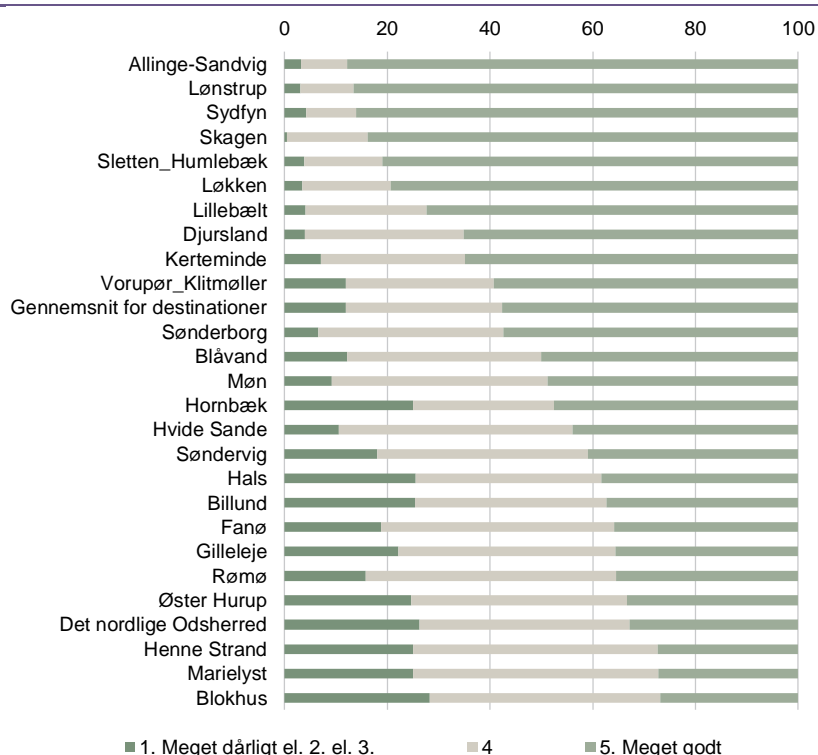
Det er vigtigt at bemærke, at nogle destinationer, som måske opnår en høj placering på nogle temaer, vil opnå en lav placering på andre temaer. Gæsternes vurdering kan i høj grad afhænge af, hvilke specifikke attraktioner som er tilgængelige i nærheden af den pågældende destination.

HISTORISKE SEVÆRDIGHEDER OG MUSEER

Figur 8.1 viser, hvordan svarene fordeler sig for gæsternes oplevelse af historiske seværdigheder og museer på 26 af de 28 destinationer (2 destinationer udgår af analysen, da der her er opnået for få besvarelser).

FIGUR 8.1

Oplevelse af tilfredshed med historiske seværdigheder og museer. Procent.



Anm.: Resultaterne for Liseleje og Tisvildeleje fremgår ikke af tabellen, da disse destinationer har under 30 besvarelser for det pågældende spørgsmål.

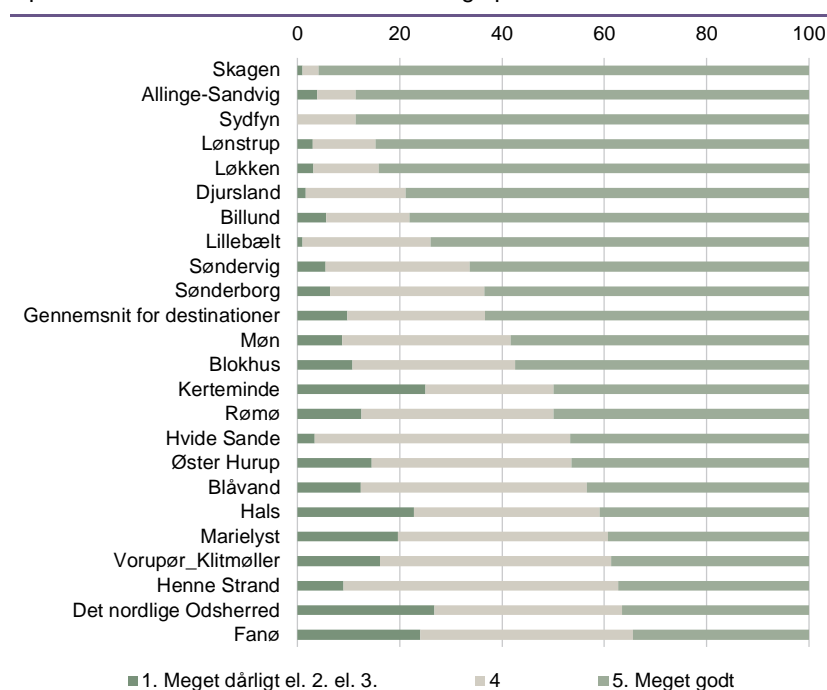
Figur 8.1 viser, at destinationerne Sydfyn, Lønstrup og Allinge-Sandvig placerer sig i top med størst andel meget positive besvarelser blandt gæsterne, der er blevet bedt om at forholde sig til områdets museer og historiske seværdigheder (hhv. 86, 87 og 88 pct.). Omvendt finder vi på destinationerne Henne Strand, Marielyst og Blokhuis en mindre andel meget positive besvarelser (27 pct.).

ATTRAKTIONER OG OPLEVELSESCENTRE

Figur 8.2 viser, hvordan besvarelsene fordeler sig for gæsternes vurdering af attraktioner og oplevelsescentre. Det drejer sig eksempelvis om forlystelsesparker, zoologiske haver m.m. 5 destinationer fremgår ikke af tabellerne pga. for få besvarelser.

FIGUR 8.2

Oplevelse af tilfredshed med attraktioner og oplevelsescentre. Procent.



Anm.: Resultaterne for Gilleleje, Hornbæk, Liseleje, Tisvildeleje og Sletten-Humblebæk fremgår ikke af tabellen, da disse destinationer har under 30 besvarelser for det pågældende spørgsmål.

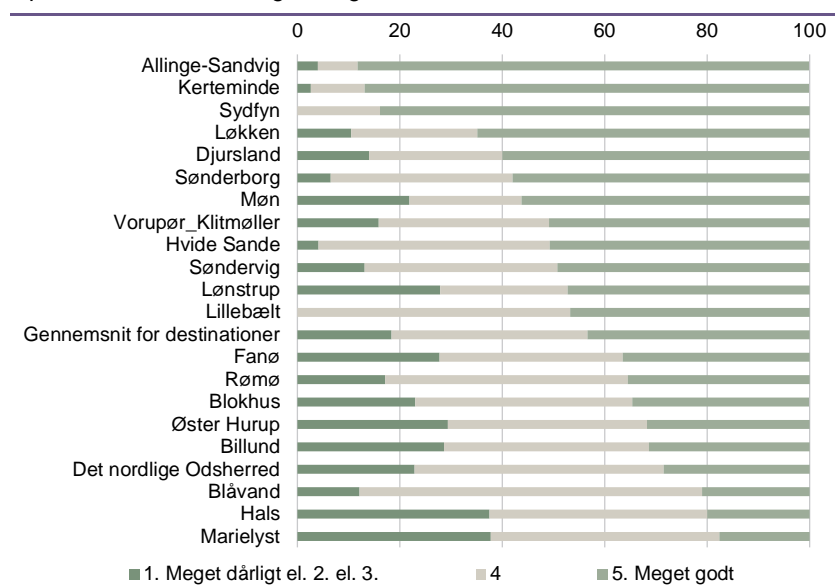
Figur 8.2 viser, at Skagen har den største andel meget positive besvarelser (95 pct.), Skagen ligger dermed også bedre end det generelle billede på tværs af destinationer, hvor 63 pct. af gæsterne angiver meget godt. Det samme gør Allinge-Sandvig, Sydfyn, Lønstrup og Løkken – alle med over 80 pct. meget positive vurderinger. Destinationerne Henne Strand, det Nordlige Odsherred og Fanø har en noget mindre andel meget positive besvarelser (37, 37 og 34 pct.).

FESTIVALLER OG ARRANGEMENTER

Figur 8.3 viser besvarelsens fordeling for gæsternes oplevelse af områdets festivaler og arrangementer. 7 destinationer udgår af analysen, da der her er for få besvarelser, givetvis, fordi der på de pågældende destinationer ikke har været afholdt festivaler og lignende arrangementer i indsamlingsperioden. For de 21 destinationer, hvor resultaterne fremgår, kan vi dog ikke udelukke, at en eventuel lav placering ligeledes afspejler, at der ikke har fundet arrangementer sted, mens gæsterne var på destinationen.

FIGUR 8.3

Oplevelse af festivaler og arrangementer. Procent.



Anm.: Resultater for Gilleleje, Skagen, Hornbæk, Liseleje, Henne Strand, Tisvildeleje samt Sletten-Humlebæk fremgår ikke af tabellen, da disse destinationer har under 30 besvarelser for det pågældende spørgsmål.

På tværs af destinationer viser figur 8.3, at det generelt set blot er under halvdelen, der har en meget positiv oplevelse af festivaler og arrangementer. Hos Allinge-Sandvig og i Kerteminde er det derimod størstedelen af gæsterne, der placerer sig i kategorien meget godt (hhv. 87 og 88 pct.), mens andelen af meget positive besvarelser for Blåvand, Hals og Marielyst ligger på omkring de 18-20 pct. Det ser ikke ud til, at hverken alder eller overnatningsform har en indflydelse på disse besvarelser.

MAD, SPORT OG TURISTINFORMATION

I dette kapitel ser vi nærmere på turisternes vurdering af tre forskellige oplevelser under opholdet, nemlig mad, sportslige aktiviteter og turistinformation. Deltagere i undersøgelsen, som har angivet at planlægge hhv. restaurant- og cafébesøg, sportslige aktiviteter og brug af turistinformation under deres ophold, er efterfølgende blevet bedt om at vurdere de konkrete forhold på en 5-trinsskala, hvor 1 repræsenterer meget dårligt, og 5 repræsenterer meget godt. Vi viser i dette kapitel først resultaterne for gæsternes madoplevelser, siden for oplevelsen af de sportslige aktiviteter og afslutningsvis oplevelsen af områdets turistinformation.

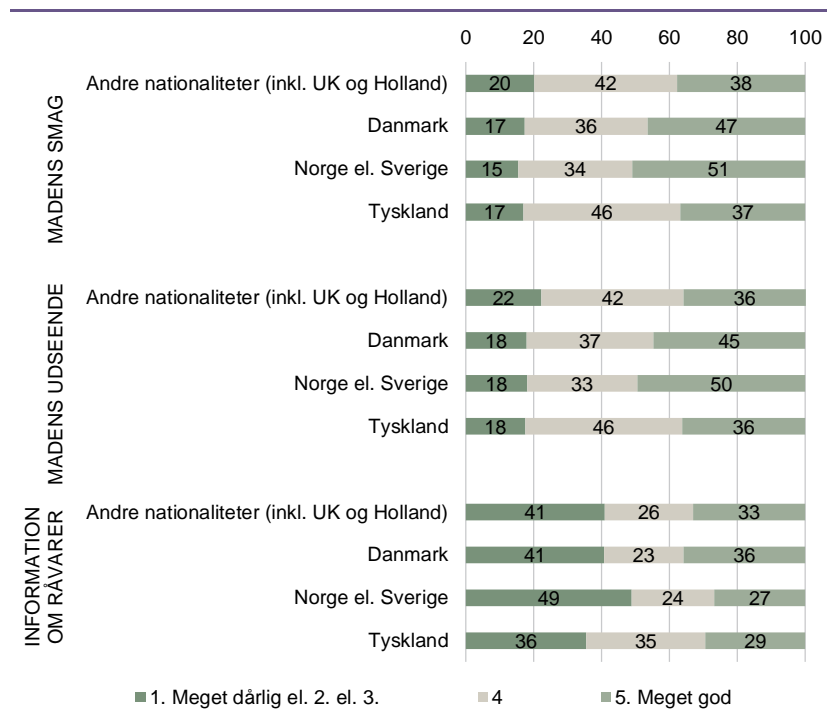
MADOPLEVELSER

I de senere år er madkulturen blevet en vigtig attraktion for udenlandske turister, der rejser til Danmark. I dette kapitel ser vi nærmere på, hvordan gæster fra forskellige nationaliteter oplever hhv. madens smag, madens udseende og fortællingen om historien bag råvarerne. Dette er alle forhold, som kan være med til at gøre et restaurant- eller cafébesøg til en mindeværdig ferieoplevelse.

Figur 9.1 viser, hvordan besvarelserne fra gæster af forskellig nationalitet placerer sig på en 5-trinsskala i vurderingen af madens smag, madens udseende og information om råvarenes historie.

FIGUR 9.1

Oplevelse af madens smag, udseende og information om råvarenes historie fordelt på nationaliteter. Procent.



Resultaterne viser, at der er en større andel, der vurderer madens smag meget positivt blandt de nordiske og danske turister (hhv. 51 og 47 pct.) end blandt de tyske gæster og øvrige nationaliteter (hhv. 37 og 38 pct.).

Det samme billede tegner sig for madens udseende, hvor der ligeledes er størst tilfredshed at spore blandt de nordiske og de danske turister (hhv. 50 og 45 pct.) sammenlignet med de øvrige nationaliteter (36 pct.).

Hvad angår information om madens og råvarenes historie, er der ikke de store forskelle mellem nationaliteter, men der er generelt færre, der vurderer denne del af madoplevelsen meget positivt.

SPORTSLIGE AKTIVITETER

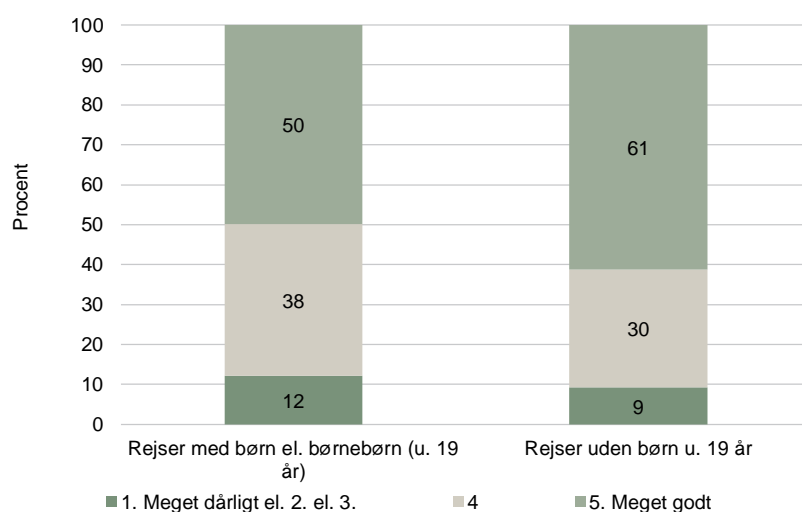
I undersøgelsen afdækkes gæsternes oplevelse af de sportslige aktiviteter på destinationerne. I dette kapitel ser vi nærmere på resultaterne af undersøgelsen, idet resultaterne brydes op på rejsende med og uden børn, på aldersgruppe samt på forskellige overnatningstyper.

SPORTSLIGE OPLEVELSER FOR REJSENDE MED OG UDEN BØRN

Figur 9.2 viser fordelingen af besvarelserne for rejsende med og uden børn, baseret på besvarelser for samtlige 28 destinationer.

FIGUR 9.2

Oplevelse af sportslige aktiviteter for rejsende med og uden børn. Procent.



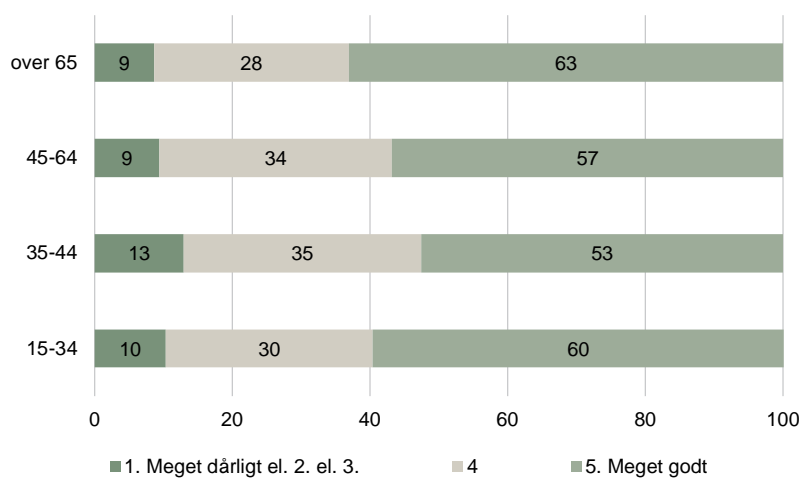
Der er umiddelbart en større andel, der vurderer de sportslige oplevelser meget positivt blandt de, der rejser uden børn (61 pct.), end blandt de, der rejser med børn under 18 år (50 pct.). Dette kan tyde på, at børnefamilierne efterspørger sportslige aktiviteter, der også henvender sig til børn.

SPORTSLIGE AKTIVITETER FOR FORSKELLIGE ALDRE

Opdeles besvarelserne på forskellige aldersgrupper, viser resultaterne dog ikke de store forskelle, jf. figur 9.3.

FIGUR 9.3

Oplevelse af sportslige aktiviteter, fordelt på aldersgrupper. Procent.



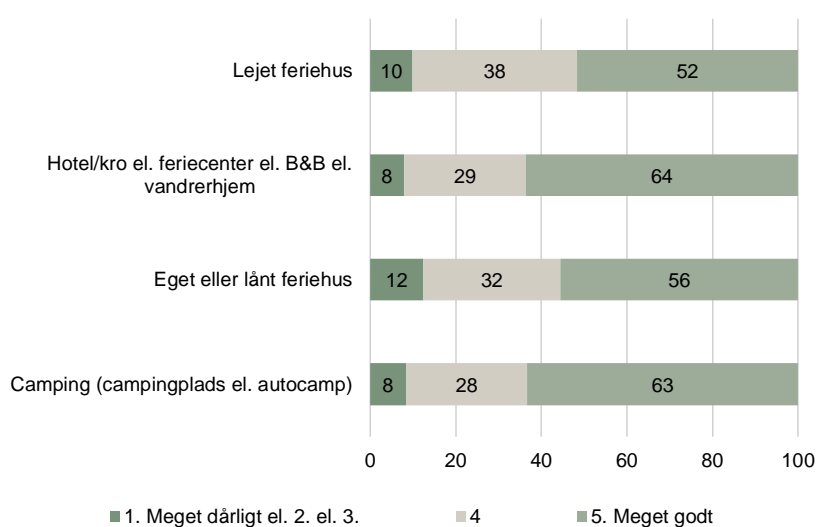
Figur 9.3 viser, at det er blandt de unge, 15 til 34-årige, og blandt de ældre, 65+, vi finder de største andele meget positive besvarelser (hvv. 60 og 63 pct.), hvorimod der er færre meget positive besvarelser hos de mellem-liggende aldersgrupper (hvv. 57 og 53 pct.).

SPORTSLIGE AKTIVITETER PÅ FORSKELLIGE OVERNATNINGSSTEDER

Figur 9.4 viser resultaterne for gæsternes oplevelser af sportslige aktiviteter fordelt på overnatningstype.

FIGUR 9.4

Oplevelse af tilfredshed med sportslige aktiviteter fordelt på overnatningstype. Procent.



Som det fremgår af resultaterne i figur 9.4, er der forskel på, hvor stor en andel positive besvarelser vi finder, når svarene opdeles på overnatningstype. Campister og personer, der bor i feriecenter, oplever de sportslige aktiviteter som meget gode (hhv. 63 og 64 pct.), og det samme gør sig gældende for gæster, der bor i feriehus (hhv. 52 og 56 pct.). Dette kan skyldes, at der udbydes flere sportsaktiviteter på campingpladser og feriecentre. Personer, der opsøger sportslige aktiviteter, vil samtidig måske også være mere tilbøjelige til at vælge denne overnatningsform.

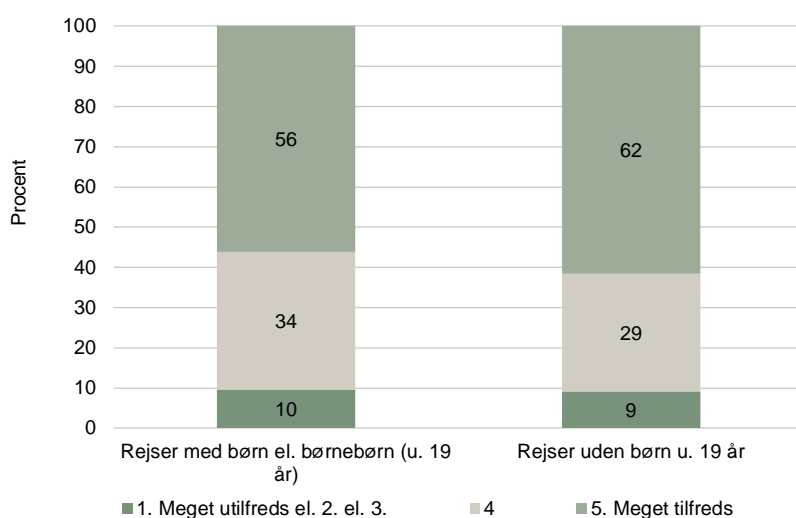
TURISTINFORMATION

Generelt er der tilfredshed med oplevelsen af turistinformation med en gennemsnitlig tilfredshed på 4,5 på en skala fra 1-5 og i omegnen af 60 pct., der oplever at være meget tilfredse med turistinformation. Der er ikke store forskelle at spore hverken mellem nationaliteter, førstegangsbesøgende og gengangere eller for gæster med forskellige overnatningsformer.

Omvendt er der lidt forskelle på familietyper, hvor gæster, der rejser uden børn, generelt er mere tilfredse med turistinformationen, end gæster, der rejser med børn. Dette tyder på, at børnefamilierne efterspørger en anden type turistinformation end øvrige gæster.

FIGUR 9.5

Oplevelse af turistinformation for gæster, der rejser med og uden børn. Procent.



BILAG

BILAG 1 KARAKTERISTIK AF UNDERSØGELSENS DELTAGERE

I det følgende gives en karakteristik af undersøgelsens population, idet vi her beskriver, hvordan undersøgelsens deltagere fordeler sig i forhold til, hvilken type ophold de er på (formålet med rejsen) samt på en række baggrundsvariable. Datagrundlaget er for de 8.909 deltagere, der har deltaget via face2face- eller web-interview og således har besvaret det fulde spørgeskema.

AKTIVITETER UNDER OPHOLDET

Deltagere i spørgeskemaundersøgelsen er blevet bedt om at besvare, hvilke besøg (af attraktioner eller lignende) eller aktiviteter (eksempelvis sport) de har planlagt eller udført under opholdet. Her står det klart, at nogle destinationer er populære pga. områdets attraktioner, alt imens andre er populære pga. områdets natur eller sportslige aktiviteter. Disse spørgsmål giver ikke bare et indblik i gæsternes præferencer og i forskellene mellem de forskellige destinationer, men har i undersøgelsen også en praktisk betydning som *filterspørgsmål*, således at spørgsmål, der relaterer sig til eksempelvis oplevelser med sportslige aktiviteter, kun stilles til

netop de af undersøgelsens deltagere, der har svaret ja, til at de planlægger at dyrke sportslige aktiviteter under opholdet.

Bilagstabel B1.1 viser for hver enkelt destination, hvilken andel af gæsterne der har svaret ja til følgende aktiviteter under opholdet:

BILAGSTABEL B1.1

Gæstens aktiviteter (forventede aktiviteter) under opholdet, fordelt på destinationer. Procent, der svarer ja.

	Har du, eller forventer du ... på destinationen?				
	... at besøge natur-områder	... at besøge attraktioner	... at dyrke sportslige aktiviteter	... at benytte turistinformation	... at besøge restauranter mm.
Allinge-Sandvig	84	64	44	26	79
Billund	22	84	13	25	39
Blokhus	99	74	46	24	80
Blåvand	79	64	54	23	82
Det nordlige Odsherred	92	51	40	22	65
Djursland	80	71	40	27	69
Fanø	87	46	66	42	84
Gilleleje	73	36	20	14	66
Hals	80	49	48	41	78
Henne Strand	75	48	49	36	86
Hornbæk	90	44	40	12	50
Hvide Sande	67	42	68	32	82
Kerteminde	78	69	25	18	63
Lillebælt	63	47	28	29	18
Liseleje	96	32	34	10	47
Løkken	92	73	48	32	73
Lønstrup	99	85	51	34	84
Marielyst	94	57	42	26	65
Møn	94	67	38	30	60
Rømø	85	51	57	40	82
Skagen	95	81	37	23	75
Sletten-Humlebæk	45	57	20	7	29
Sydfyn	74	77	26	14	62
Sønderborg	78	52	44	20	63
Søndervig	70	60	54	21	76
Tisvildeleje	88	24	25	12	41
Vorupør-Klitmøller	97	63	77	32	73
Øster Hurup	81	48	37	39	67
Total	82	60	45	27	68

Resultaterne i bilagstabel B1.1 tegner et billede af, at størstedelen, nemlig hele 82 pct. af undersøgelsens gæster, planlægger at besøge naturområder under opholdet, 68 pct. planlægger at besøge restauranter, 60 pct. at be-

søge attraktioner og 45 pct. at dyrke sportslige aktiviteter. Nogle destinationer adskiller sig væsentligt fra det generelle billede på én eller flere af disse spørgsmål. Eksempelvis er der på destinationer som Blokhus og Skagen en ganske stor andel af de interviewede gæster, som ønsker at besøge naturområder (hhv. 99 og 95 pct. svarer ja), mens det for Billunds vedkommende blot er en lille andel af de interviewede gæster, der svarer ja (22 pct.). Dette hænger sammen med, at destinationer som Skagen netop tiltrækker gæster pga. natur, mens destinationer som Billund måske primært tiltrækker gæster pga. attraktioner, såsom eksempelvis Legoland. Billund scorer da også ganske højt på spørgsmålet om attraktioner, hvor hele 84 pct. svarer ja.

BAGGRUNDSVARIABLE

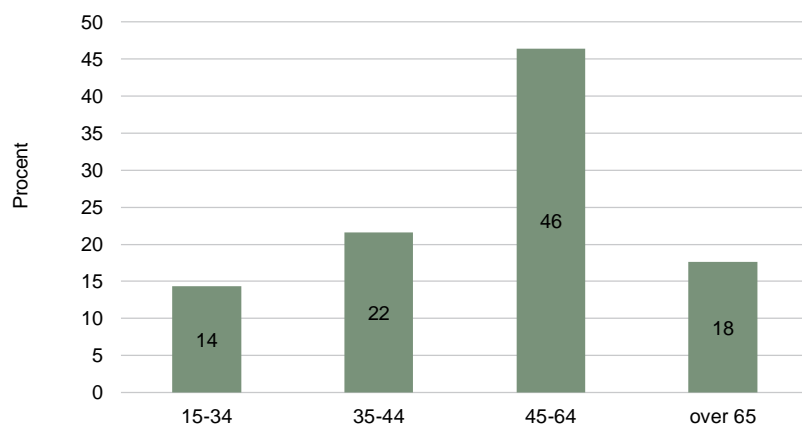
Variablene, som her beskrives, er køn, alder og nationalitet, samt hvorvidt gæsten er førstegangsbesøgende eller en tilbagevendende gæst, og om gæsten rejser med eller uden børn. Det er ligeledes disse variable, som analyserne af undersøgelsens øvrige spørgsmål om oplevelserne på destinationerne opdeles på.

KØN OG ALDER

49 pct. af undersøgelsens deltagende gæster er kvinder, mens 51 pct. er mænd. Bilagsfigur B1.1 viser aldersfordelingen for deltagerne, hvor størstedelen (46 pct.) er mellem 45-64 år, mens de 35-44-årige og rejsende over 65 udgør hhv. 22 og 18 pct. af besvarelserne. De unge mellem 15 og 34 står for 14 pct. af besvarelserne.

BILAGSFIGUR B 1.1

Samlet antal besvarelser fordelt på alderskategorier. Procent.

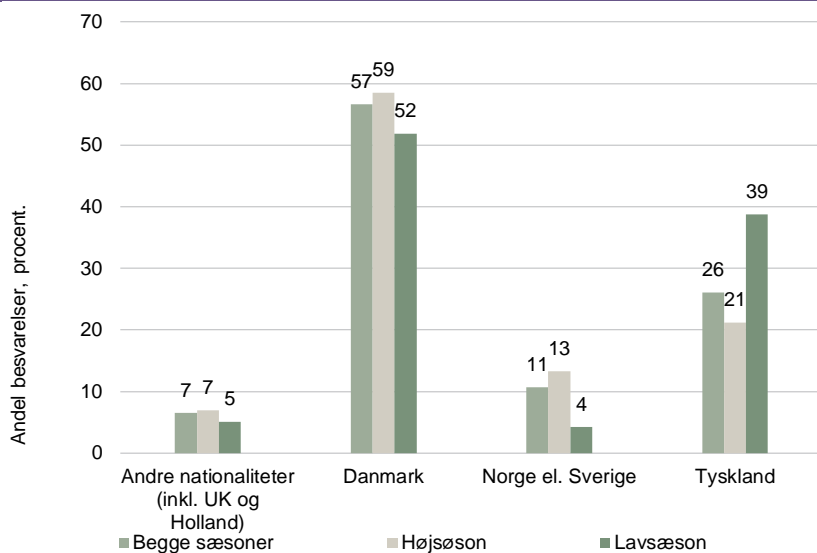


NATIONALITET

For også at belyse holdningen blandt udenlandske turister er spørgeskemaet foruden dansk også oversat til hhv. tysk, engelsk og svensk og norsk. Der er gennemført interview med både danske, tyske, engelske, svenske, norske og hollandske turister samt et lille antal fra øvrige nationaliteter. Bilagsfigur B1.2 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig på nationalitet.

BILAGSFIGUR B 1.2

Besvarelser fordelt på nationalitet, for højsæson, lavsæson og begge sæsoner samlet. Procent.



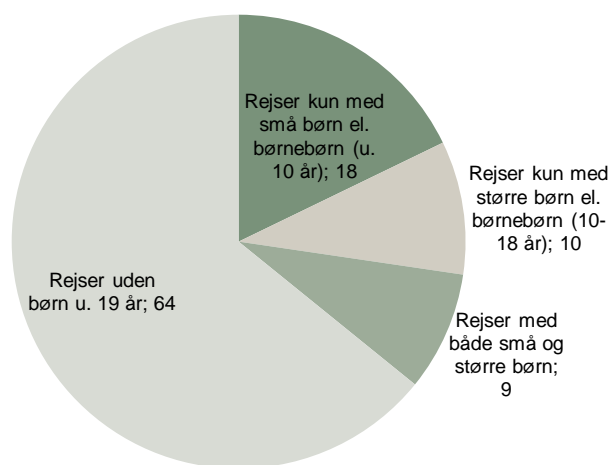
Den største gruppe af deltagere i undersøgelsen er danske turister, både i højsæsonen (59 pct.) og i lavsæsonen (52 pct.). Dernæst er tyske turister repræsenteret med 21 pct. i højsæsonen og 39 pct. i lavsæsonen og er dermed den største gruppe af adspurgte udenlandske turister.

REJSER MED BØRN

Bilagsfigur B1.3 viser, hvordan besvarelserne fordeler sig på rejsende med børn og rejsende uden børn.

BILAGSFIGUR B1.3

Besvarelser fordelt på gæster, der rejser uden børn eller med børn i forskellige aldersgrupper. Procent.



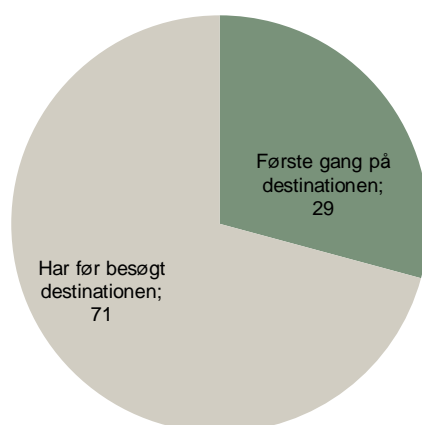
Af de adspurgte gæster er der 64 pct., der rejser uden børn. Blandt de turister, der rejser med børn, er der 18 pct., der rejser med små børn under 10 år, og 10 pct., der rejser med børn over 10 år, mens de resterende 9 pct. af de adspurgte turister rejser med både store og små børn.

HAR FØR BESØGT DESTINATIONEN

Bilagsfigur B1.4 viser besvarelserne fordelt på førstegangsbesøgende og tilbagevendende gæster.

BILAGSFIGUR B1.4

Besvarelser fordelt på førstegangsbesøgende og tilbagevendende gæster.
Procent.



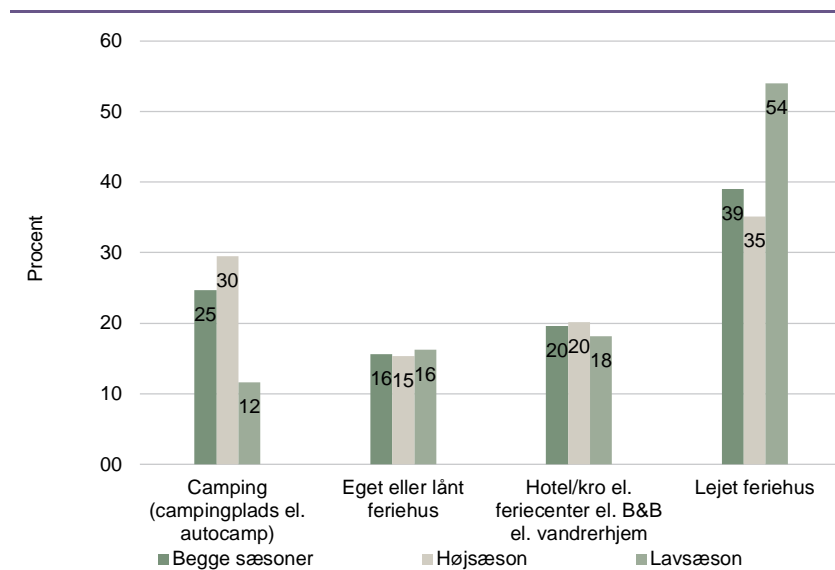
Figuren tegner et billede af, at der er en klar overvægt i besvarelserne af gæster, der har besøgt destinationen før (71 pct.), mens blot 29 pct. er førstegangsbesøgende.

OVERNATNINGSFORM

Bilagsfigur B1.5 viser, hvilken type overnatningsform undersøgelsens gæster benytter, fordelt på hhv. camperende turister, turister i eget eller lånt feriehus, turister, der overnatter på hotel, kro eller vandrerhjem samt turister i lejet feriehus.

BILAGSFIGUR B1.5

Besvarelser fordelt på overnatningsform for højsæson, lavsæson og begge sæsoner samlet. Procent.



Ses der på forskelle mellem, hvilken ferieform de adspurgte turister har anvendt samt forskellen på høj- og lavsæson, er der en tredjedel af de adspurgte turister, der i højsæsonen har boet i lejet feriehus (35 pct.), og ca. en tredjedel af de adspurgte turister, der har boet på campingplads (30 pct.). 15 pct. af de adspurgte turister har boet i eget feriehus i højsæsonen, og 20 pct. har boet på hotel/kro/feriecenter/B&B/vandrerhjem. I lavsæsonen har godt halvdelen (54 pct.) af de adspurgte turister boet i lejet feriehus, 12 pct. har boet på campingplads, 16 pct. har boet i eget eller lånt feriehus, og 18 pct. har boet på hotel/kro/feriecenter/B&B/vandrerhjem.

Spørgeskema for face to face interview

Interviewer: Notér destination, notér sprog for interview.

1. Hvad er formålet med dit ophold [på/i destination]?

Er du på...

-
- ① Ferie inkl. overnatning i området eller i umiddelbar nærhed
 - ② Ferie inkl. overnatning mere end 25 km væk
 - ③ Endagsbesøg [skal ikke stilles sp. 3]
 - ④ Forretningsrejse [skal ikke stilles sp. 3]
 - ⑤ Bor, arbejder eller studerer i området (slut interview)
 - ⑥ Andet
-

2. I hvilket land bor du?

-
- ① Danmark
 - ② Tyskland
 - ③ Norge
 - ④ Sverige
 - ⑤ Holland
 - ⑥ UK
 - ⑦ Andet: (notér: _____)
-

2a. [Hvis svaret 1 i sp. 2] I Hvilken region bor du?

-
- ① Region Hovedstaden
 - ② Region Sjælland
 - ③ Region Midtjylland
 - ④ Region Syddanmark
 - ⑤ Region Nordjylland
-

2b. [Hvis svaret 2 i sp. 2] I Hvilken region bor du?

-
- ① Baden-Württemberg
 - ② Bayern
 - ③ Berlin
 - ④ Brandenburg
 - ⑤ Bremen
 - ⑥ Hamborg
-

-
- ⑦ Hessen
 - ⑧ Mecklenburg-Vorpommern
 - ⑨ Niedersachsen
 - ⑩ Nordrhein-Westfalen
 - ① Rheinland-Pfalz
 - ② Saarland
 - ③ Sachsen
 - ④ Sachsen-Anhalt
 - ⑤ Slesvig-Holstein
 - ⑥ Thüringen
-

2c. [Hvis svaret 3 i sp. 2] I Hvilken region bor du?

- ① Vestlandet
 - ② Sørlandet
 - ③ Østlandet, herunder Oslo
 - ④ Midtnorge
 - ⑤ Nordnorge
-

2d. [Hvis svaret 4 i sp. 2] I Hvilken region bor du?

- ① Stockholm
 - ② Nordsverige
 - ③ Øvrig Midtsverige (uden Stockholm)
 - ④ Vestsverige, herunder Göteborg
 - ⑤ Sydsverige, herunder Malmö
-

3. Har du tidligere holdt ferie i Danmark?

- ① Ja
 - ② Nej
 - ③ Ved ikke/vil ikke svare
-

4. Hvor mange gange tidligere har du holdt ferie lige præcis [i/på destination]?

- ① 0 gange - det er første gang
 - ② 1-4 gange
 - ③ 5-9 gange
 - ④ 10 gange eller mere
-

5. Hvor tilfreds er du overordnet set med [destination] som rejsemål?

Du kan besvare spørgsmålet på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er meget utilfreds og 5 meget tilfreds.

1	2	3	4	5	Ved ikke
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Hvad er de tre vigtigste oplevelser for dig her i området? Fortæl gerne uddybende om oplevelsen.

[Til interviewet: Hvis gæsten lige er ankommet kan spørges til respondentens forventede oplevelser].

Oplevelse 1:	
Oplevelse 2:	
Oplevelse 3:	

7. Hvilke mangler eller negative sider har du oplevet [i/på destinationen]?

8. Hvad er årsagen til, at du har valgt at besøge lige netop [destination]?

9.a Notér stedet, hvor interviewet finder sted:

1. Strand
2. Offentlig plads i byen
3. Café/restaurant/iskiosk
4. Butiksområde
5. Naturområde
6. Transport/parkering
7. Aktivitet/-forlystelse/attraktion
8. Kulturelt/historisk sted

9. Havn
10. Turistinformation
11. Andet sted – end de ovenfor nævnte.

9.b Hvad er din vurdering af lige præcis dette sted?

Du kan svare på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er meget dårligt, og 5 er meget godt.

1	2	3	4	5	Ved ikke
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.c Uddyb gerne din vurdering.

10. Hvad er din oplevelse af følgende forhold [i/på destinationen]?

Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget dårligt, og 5 er meget godt.

Hvor god eller dårlig er din oplevelse af:

	1	2	3	4	5	Ved ikke/ikke relevant
1. Information og skiltning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Områdets vedligeholdelse (rent og pænt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Parkeringsmuligheder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Service fra personale i fx butikker, spise- og attraktioner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Pris/kvalitetsforholdet generelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Bymiljøer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Butikker og shopping	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Restauranter og spisesteder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Offentlige toiletter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Den generelle venlighed fra befolkningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Vejret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Børnevenligheden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. [Hvis svaret 1 eller 2 i sp. 1] **Hvilken overnatningsform har du mest benyttet i forbindelse med det aktuelle ophold?**

- ① Lejet feriehus
- ② Eget eller lånt feriehus
- ③ Campingplads
- ④ Autocamper udenfor campingplads
- ⑤ Hotel/kro
- ⑥ Feriecenter
- ⑦ Vandrerhjem
- ⑧ Bed & Breakfast
- ⑨ Privat hos venner eller familie
- ⑩ Andet

12. [Hvis svaret 1 eller 2 i sp. 1] **Hvad synes du om kvaliteten af dit overnatningssted?** Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget dårligt, og 5 er meget godt. Hvor god eller dårlig er din oplevelse af overnatningstedets:

	1	2	3	4	5	Ved ikke/ikke relevant
1. Standard og kvalitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Beliggenhed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Information og service fra personale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. **Har du besøgt eller forventer du at besøge naturområder, fx strande, kyst, nationalparker mv. under dit ophold [på/i destinationsnavn]?**

- ① Ja
- ② Nej
- ③ Ved ikke/vil ikke svare

14. [Hvis ja i 13.] **Hvad synes du om områdets landskaber og natur?** Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget dårligt, og 5 er meget godt. Hvor godt eller dårligt vurderer du områdets ...

	1	2	3	4	5	Ved ikke/ikke relevant
1. Strand og kyst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Særlige naturområder, fx	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

nationalparker

3. Badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Adgangsforholdene fx til strand og udsigtspunkter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Stier, vandre- og cykelruter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Naturlegepladser og lignende aktivitetsområder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Naturvejledning og guidede rundture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Information og skiltning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Har du besøgt eller forventer du at besøge attraktioner og oplevelsescentre i eller tæt på [destination]?

- ① Ja
② Nej
③ Ved ikke/vil ikke svare

16. [Hvis ja i 15] Hvad synes du om områdets oplevelser og attraktioner?

Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget dårligt, og 5 er meget godt. Hvor godt eller dårligt vurderer du områdets ...

	1	2	3	4	5	Ved ikke/ikke relevant
1. Historiske seværdigheder og museer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Attraktioner og oplevelsescentre, fx forlystelsesparker, zoologiske haver mv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Festivaler og arrangementer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Andre aktivitetstilbud, fx badelande, minigolf mv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Har du dyrket eller forventer du at dyrke sportslige aktiviteter, fx cykling, surfing, vandring, golf, fiskeri mv.?

- ① Ja
② Nej
③ Ved ikke/vil ikke svare

18. [Hvis ja i 17] Hvad synes du om de sportslige aktivitetsmuligheder i området? Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget dårlige, og 5 meget gode.

1	2	3	4	5	Ved ikke
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Har du benyttet dig af turistinformation under dit ophold?

- ① Ja
② Nej
③ Ved ikke/vil ikke svare

20. [Hvis ja i 19] Hvor tilfreds er du med turistinformationen i området?

Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget utilfreds, og 5 er meget tilfreds.

1	2	3	4	5	Ved ikke
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Har du besøgt eller forventer du at besøge restauranter, gårdbutikker, markeder, lokale bryggerier og lign. for at opleve stedets specialiteter?

- ① Ja
② Nej
③ Ved ikke/vil ikke svare

22. [Hvis ja i 21] Hvad synes du om egnens madoplevelser? Du kan svare på en skala fra 1-5, hvor 1 er meget dårlig, og 5 er meget god. Hvor godt eller dårligt vurderer du madens ...

	1	2	3	4	5	Ved ikke/ikke relevant
1. Smag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Udseende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Information og historie om	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Alt i alt, på en skala fra 0 til 10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale {destination} til en ven eller kollega? 0 er meget usandsynligt, og 10 er meget sandsynligt.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ved ikke
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Hvem rejser du sammen med under det aktuelle ophold? Sæt gerne flere kryds

-
- ① Ingen
 - ① Partner/ægtefælle
 - ② Børn under 19 år
 - ③ Voksne børn på 19 år eller derover
 - ④ Børnebørn
 - ⑤ Venner/kolleger
 - ⑥ Bedsteforældre
 - ⑦ Andre
-

25. [Hvis rejsende med børn eller børnebørn] Hvad er barnets/børnenes alder?

Gerne flere svar

-
- ① 0-4
 - ② 5-9
 - ③ 10-14
 - ④ 15-18
 - ⑤ 19 år eller derover
-

26. Hvorfra har du hørt om destinationen [indsæt navn] som ferie- eller udflugtsmål?

27. Hvad er din alder?

- ① 15-24
 - ② 25-34
 - ③ 35-44
 - ④ 45-54
 - ⑤ 55-64
 - ⑥ 65-74
 - ⑦ 75-84
 - ⑧ 85 eller ældre
-

28. Køn (notér)

- Mand
 - Kvinde
-

Tak for besvarelsen!

BILAG 3 EKSEMPEL PÅ POSTKORT

  		
<p>På en skala fra 0-10, hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale Lillebælt til en ven eller kollega?</p>		
<p>Sæt kryds her og aflever kortet til personalet:</p>		
<p>0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 0 = "Meget usandsynligt" 10 = "Meget sandsynligt"</p>		
<p>Tak for hjælpen!</p>		
<p>Du kan også svare her:</p>		
<p>Svar på: www.sfi.dk/Lillebalt</p>	<p>Send dit svar via sms Skriv: FERIE mellemrum LIL mellemrum din karakter [0-10] Send til 1231 Det koster alm. sms takst</p>	<p>Scan og svar</p> 