



TILFREDSHEDSANALYSE 2017

Feriegæsters tilfredshed på udvalgte
feriesteder i Danmark

INDHOLD OG OPBYGNING

RAPPORTENS OPBYGNING

Rapporten er opbygget således, at analysens hovedkonklusioner og anbefalinger indledningsvist præsenteres. Herefter vil hvert delafsnit i rapporten indledes med en kort introduktion til afsnittet, der indeholder en redegørelse af formålet samt de overordnede konklusioner i afsnittet. Herefter præsenteres afsnittets resultater mere detaljeret i tal, grafer, figurer og udsagn.

God læselyst!

INDLEDNING	3
DATAGRUNDLAG OG METODE	5
HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER	8
TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED	13
OPLEVELESERPRODUKTERNE	28
UDENDØRSAKTIVITETER	49
UDVALGTE MÅLGRUPPER	60
APPENDIKS	67



INDLEDNING

UNDERSØGELSENS BAGGRUND OG FORMÅL

BAGGRUND

Der er i årene 2013– 2015 samt 2017 gennemført en omfattende tilfredshedsundersøgelse af danske kyst- og feriesteder. Undersøgelsen er med årene blevet udvidet i henhold til antallet af feriesteder samt fokusområder for undersøgelsen.

Undersøgelsen giver således både et indblik i de forskellige feriesteder og, på centrale parametre, et tværgående billede på udviklingen af 'produktet' danske kyst- og feriesteder samt de besøgendes oplevelser og tilfredshed hermed.

Nærværende undersøgelse er gennemført af Epinion i samarbejde med DST Survey på vegne af Dansk Kyst- og Naturturisme. Undersøgelsen er finansieret af de deltagende feriesteder samt Dansk Kyst- og Naturturisme. Epinion har været ansvarlige for udformning af og opsætning af spørgeskemaer i samarbejde med DKNT, opsætning af monitoreringssystem til dataindsamlingen samt analyse og afrapportering af data, mens DST Survey har været ansvarlig for dataindsamlingen og kvaliteten af denne på de i alt 40 feriesteder, som indgår i undersøgelsen.

FORMÅL MED ANALYSEN

Analysen har til hovedformål at gengive resultater på tværs af de i alt 40 feriesteder, der indgår i undersøgelsen og således formidle et samlet billede af feriegæsternes opfattelse af de danske kyst- og feriesteder.

Herudover formidles nogle hovedresultater ned på feriestedsniveau, så det er muligt at sammenligne centrale resultater på tværs af feriesteder. Nogle feriesteder rapporteres samlet, hvilket betyder, at der i rapporten refereres til i alt 31 feriesteder.

Rapporten supplerer ligeledes med en sammenligning af resultater fra undersøgelserne i 2013, 2014 og 2015 på centrale parametre som tilfredshed og anbefalingsvillighed. Herved er det muligt at følge udviklingen i feriegæsternes tilfredshed og anbefalingsvillighed fra 2013-2017.

Rapporten sætter slutteligt fokus på udvalgte målgrupper, som er særligt relevante for de danske kyst- og feriesteder. Målgrupperne er udvalgt ud fra forskellige parametre som gør dem særligt relevante, herunder bl.a. størrelse, adfærd samt tilfredshed og anbefalingsvillighed.

FORBEHOLD VED ANALYSEN

Et grundlæggende forbehold ved analysen er, at den gennemsnitlige tilfredsheds- og anbefalingsgrad generelt er meget høj. Dette kan være et udtryk for at mange af dem, der vælger at deltage i et interview, er særligt positive overfor emnet – og at ferie i det hele taget, er et positivt emne.

Interviewene er foretaget med alle typer af feriegæster, fra fritidsgæster på udflugt, besøgende hos venner og familie til egentlige feriegæster. Face-to-face interviewene er primært foretaget på offentlige pladser i bymiljøerne på feriestederne, og besvarelserne er derfor påvirket af bymiljøernes kvalitet.

Det skal understreges, at til trods for en spredning i indsamlingsperioden og andre forbehold taget ved indsamling af data, er den demografiske fordeling på respondenterne i undersøgelsen ikke nødvendigvis retvisende for den faktiske fordeling af feriegæster på feriestederne i denne periode. Eksempelvis afspejler fordelingen på diverse nationaliteter ikke nødvendigvis den faktiske fordeling på feriestederne.

DATAGRUNDLAG OG METODE

DATAGRUNDLAG OG METODE

DATAGRUNDLAG

Analysen er baseret på 9.374 gennemførte interview på i alt 40 feriesteder i Danmark (feriestederne fremgår på den næste side). Interviewene er gennemført af DST Survey i perioden fra den 3. juli til den 3. september 2017.

Respondenterne, som indgår i undersøgelsen, er minimum 15 år og har skulle opfylde kravene til at være turist for at kunne deltage i undersøgelsen. Disse krav er lagt ind som screenings spørgsmål i spørgeskemaet.

De gennemførte besvarelser i undersøgelsen fordeler sig på følgende nationaliteter:

- DANSK: **5092**
- TYSK: **2674**
- NORSK: **632**
- SVENSK: **324**
- HOLLANDSK: **262**
- BRITISK: **40**
- ØVRIGE NATIONALITETER: **350**

DATAINDSAMLING OG METODE

Spørgeskemaet, som er blevet anvendt til dataindsamlingen, er blevet udarbejdet i et samarbejde mellem Dansk Kyst- og Naturturisme og Epinion. Spørgeskemaet tager udgangspunkt i det skema, der er brugt til indsamling af data i de forrige år. Der er dog udgået nogle få spørgsmål, mens nye er kommet til. Spørgeskemaet har været tilgængeligt på fem sprog; dansk, norsk, tysk, svensk og engelsk. Epinion har sat spørgeskemaet op i web-format og monitoreret indsamlingen af interview løbende under dataindsamlingen.

På hver feriested har dataindsamlingen været spredt over 6-12 dage – alt afhængig af feriestedernes størrelse – for herved at opnå en større variation i typen af feriegæster. Som tidligere beskrevet er de indsamlede interview med feriegæsterne ikke nødvendigvis retvisende for den reelle turistsammensætning på feriestederne.

Hver feriested har haft et target på 300 interview pr. feriested – nogle mindre feriesteder er dog slået sammen (150/150) – med henblik på at få et respondentgrundlag, som statistisk kan brydes ned på feriestedsniveau. De feriesteder, der er slået sammen, rapporteres samlet, hvilket betyder, at der i rapporten refereres til i alt 31 feriesteder.

Efter dataindsamlingen er afsluttet, har Epinion rensset og analyseret det indsamlede data og udviklet nærværende rapport.

FORDELING AF INTERVIEW

40 DANSKE FERIESTEDER

- Af kortet til højre fremgår de i alt 40 feriesteder, hvor der er foretaget interview til undersøgelsen.
- Nogle feriesteder er gået sammen i dataindsamlingen og rapporteres således samlet. Der henvises dermed til 31 feriesteder i rapporten.
- Det skal fremhæves, at feriestederne i 2017 ikke er præcis de samme, som indgik i undersøgelsen i 2015. Nogle feriesteder er således udgået, mens nye er kommet til. I rapporten foretages der udelukkende sammenligninger med resultaterne fra 2015 på feriestedsniveau for de feriesteder, som både indgik i undersøgelsen i 2015 og i 2017.
- I 2017 er udendørsaktiviteter som noget nyt særligt belyst i rapporten.
- Der er i alt indsamlet 9.374 gennemførte interview på tværs af de i alt 40 feriesteder.
- I rapportens appendiks ses antallet af interview foretaget på de forskellige feriesteder. Derudover fremgår også en beskrivelse af respondentsammensætningen i undersøgelsen på diverse parametre som demografi, tidligere besøg, opholdslængde, ferietype mv. Respondentsammensætningen er opdelt efter danske og udenlandske feriegæster.





HOVEDKONKLUSIONER OG ANBEFALINGER



HOVEDKONKLUSIONER

TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED

Tilfredsheden med feriestederne som helhed i 2017 er generelt høj, der ses dog et mindre fald i forhold til 2015. Sammenholdes de enkelte feriesteder på tværs, er Skagen det feriested, som opnår den højeste gennemsnitlige tilfredshedsscore, mens Langeland opnår den laveste.

NPS er faldet en anelse fra 2015 til 2017. Dette skyldes fortrinsvist, at andelen af ambassadører er faldet, mens andelen af neutrale omvendt er blevet højere. NPS og dermed anbefalingsvilligheden er dog høj og er fortsat højere end i 2013 og 2014.

I henhold til de specifikke feriesteder har Skagen, Ribe og Samsø de mest anbefalingsvillige feriegæster, hvor Langeland, Aabenraa og Haderslev har de mindst anbefalingsvillige feriegæster. Generelt har samtlige feriesteder dog en lav andel af kritikere, og det er primært forholdet mellem de neutrale og ambassadørerne, som er afgørende for feriestedets NPS.

Det er især tilfredshed med naturen og stranden samt modtagelsen, der driver anbefalingsvilligheden. Dernæst har overnatningsstedet, udendørsaktiviteter, attraktioner og byen også en væsentlig betydning. Pris i forhold til kvalitet samt vejret har endvidere også en mindre betydning.

De faktorer, der generelt set bedst er i stand til at flytte anbefalingsvilligheden er ligeledes natur og stranden samt modtagelsen. Stranden og naturen ligger højt på tilfredshed, og modtagelsen er derfor et oplagt fokuspunkt, da det scorer noget lavere på tilfredsheden. Yderligere er udendørsaktiviteter et punkt, hvor man med fordel kan fokusere på at optimere tilfredsheden.

OPLEVELSESPRODUKTERNE – BRUG OG TILFREDSHED

Ser man på de mere generelle eller strukturelle forhold i henhold til oplevelsesproduktet, er feriegæsterne meget positive i deres vurdering af den lokale befolkning, hvor venlighed og børnevenlighed vurderes højt. Vejret samt pris i forhold til kvalitet er de forhold, som feriegæsterne vurderer lavest. Dette billede stemmer overens med undersøgelsen i 2015, dog vurderes vejret dårligere end i 2015, hvilket er forventeligt, eftersom sommeren 2017 var både koldere og mere regnfuld (kilde: DMI).

I henhold til tilfredsheden med forskellige konkrete oplevelsesprodukter og forhold på ferien vurderes især stranden og kysten samt særlige naturområder særligt højt. Yderligere vurderes adgangsforhold til strand, vandre- og cykelruter samt andre aktiviteter også generelt højt.

Derudover er forhold som offentlige toiletter, butikker og shopping samt spisestedernes udvalg af retter vurderet lavere. Generelt vurderes alle oplevelsesprodukter på tværs af feriestederne meget positivt, hvilket er et udtryk for den generelt høje tilfredshed med oplevelsesprodukterne på feriestederne. Resultaterne kræver dog, at det enkelte feriested ser nærmere på tilfredsheden på diverse faktorer for eget feriested specifikt, samt hvilke faktorer, der er i stand til at højne anbefalingsvilligheden, som beskrevet til venstre.



HOVEDKONKLUSIONER

UDENDØRSAKTIVITETER – UDØVELSE OG TILFREDSHED

Analysen har i år et særligt fokus på tilfredshed knyttet til udendørsaktiviteter og udøvelsen af disse. Generelt er feriegæsterne meget tilfredse med de aktiviteter, de har udøvet på feriestederne.

Størst generel tilfredshed med aktiviteterne ses hos dem, der har spillet golf, reddet på hest og surfet på ferien. Lavest er tilfredsheden hos dem, der har dykket/snorklet og sejlet (lystsejlads). På tværs af feriesteder ses en væsentlig forskel i vurderingen af udendørsaktiviteter, som er udøvet. De steder, hvor tilfredsheden er størst med udendørsaktiviteter generelt er Hirtshals/Tversted samt Løkken, mens tilfredsheden er lavest i Svendborg og Haderslev.

De mest udbredte aktiviteter på ferien er kortere gåture, som udøves af 4 ud af 5 feriegæster i undersøgelsen, efterfulgt af længere vandreture og cykling, som udøves af knap halvdelen af feriegæsterne i undersøgelsen.

De mest udbredte udendørsaktiviteter er ikke nødvendigvis dem, der bruges mest tid på. Tværtimod er det de mere specialiserede aktiviteter, såsom lystsejlads, surfing, dykning, kajaksejlads og mountainbike, som får dedikeret mest tid på ferien.

Herudover ses, at en relativ stor andel af de adspurgte gæster i undersøgelsen har et bredt forbrug og kombinerer flere udendørsaktiviteter på deres ferie (jf. udvalgte målgrupper). Korte gåture, cykling og længere vandreture er også her de hyppigste aktiviteter. Derudover er lystfiskeri og løb 4. og 5. mest udøvede aktiviteter for målgruppen – andelen, der udøver disse aktiviteter, varierer dog kraftigt fra feriested til feriested.

UDVALGTE MÅLGRUPPER I UNDERSØGELSEN

I analysen er der fokuseret på fem målgrupper. Disse grupper er særligt interessante at få indblik i, da de på afgørende parametre i henhold til bl.a. tilfredshed adskiller sig fra gennemsnittet.

De **tyske feriegæster** besøger i høj grad kystbyerne langs den danske vestkyst. De er generelt meget tilfredse med feriestedet, som de har besøgt, ligesom de også er meget anbefalingsvillige.

Børnefamilierne i undersøgelsen er lidt mere kritiske i deres vurdering af feriestederne sammenlignet med øvrige feriegæster – dog ikke så kritiske som førstegangsbesøgende (se nedenfor). Sammenlignet med de øvrige feriegæster ligger børnefamiliernes gennemsnitlige tilfredshed på et middelniveau, og deres anbefalingsvillighed er en anelse lavere.

Førstegangsbesøgende i undersøgelsen er primært udenlandske feriegæster og ca. 1/3 er fra Tyskland. Førstegangsbesøgende er væsentligt mindre tilfredse og anbefalingsvillige end gengangerne. Blandt **gengangerne** har over 4 ud af 10 besøgt feriestedet mere end 10 gange tidligere, og der er således tale om en meget loyal målgruppe, der er meget villig til at vende tilbage gang på gang. Gruppens anbefalingsvillighed er ligeledes generelt høj.

Gæster med et bredt forbrug af udendørsaktiviteter er defineret ved, at de minimum har foretaget fire udendørsaktiviteter i forbindelse med deres ferie. Særligt ved denne gruppe feriegæster er, at de er den mest tilfredse og anbefalingsvillige målgruppe i undersøgelsen. De udgør omkring 1/5 af de adspurgte gæster i undersøgelsen. Cirka 8 ud af 10 er gengangere, og godt halvdelen udgør børnefamilier.



ANBEFALINGER

ANALYSENS ANVENDELSE OG RELEVANS FOR DET ENKELTE FERIESTED

I denne analyse fremstilles i høj grad et samlet billede af tilfredsheden med ferieproduktet for samtlige feriesteder i undersøgelsen – analysen går således kun i lav grad i dybden med oplevelsesproduktet på de enkelte feriesteder og disses udfordringer og styrker. Det gør dog ikke analysen mindre relevant for det enkelte feriested og dennes fremadrettede arbejde med udvikling og optimering af ferieproduktet. Det betyder blot, at det enkelte feriested skal sammenholde de generelle findings og anvisninger med egne resultater (jf. de feriestedsspecifikke rapporter).

Her skal det enkelte feriested notere sig de overordnede parametre, som analysen viser centrale for den gode ferieoplevelse – kigge ned i egne tal og se, hvilke delelementer i oplevelsesproduktet de særligt bør fokusere på og arbejde med at optimere. Selvom man ligger højt på NPS og generelt har en høj tilfredshed (hvilket langt de fleste feriesteder har), kan ferieproduktet uden tvivl forbedres på visse parametre. Her skal særligt fokuseres på de forhold, som særligt har betydning for anbefalingsvilligheden (natur, strand, modtagelsen mv.).

Der vil med stor sandsynlighed også være stedspecifikke elementer i oplevelsesproduktet, som har betydning for det enkelte feriested, som denne tværgående analyse ikke rummer.

FORSTÅELSE FOR SAMMENSÆTNINGEN AF OPLEVELSESPRODUKTET – SKAB FORUDSÆTNINGERNE FOR DEN GODE FERIEOplevelSE

Ser man på, hvilke forhold der er afgørende for anbefalingsvilligheden på tværs af feriestederne, er der i alt ni parametre, der fremhæves som betydningsfulde (se side 20). Kigger man endvidere på, hvilke parametre, der skal optimeres for at flytte hhv. kritikere til neutrale og neutrale til ambassadører, er der både sammenfald og forskelle i henhold til disse ni parametre.

Det er således helt tydeligt, at det totale oplevelsesprodukt består af mange elementer (hvoraf nogle har større betydning end andre), som alle skal imødekomes og i bedste fald overgå feriegæsternes forventninger og behov.

Det er dog vigtigt at forstå, at sammensætningen af oplevelsesproduktet og det, at disse elementer er i orden, er helt grundlæggende for, at den gode ferieoplevelse kan opstå. Ser vi specifikt på ambassadørerne og deres oplevelse af ferieproduktet, kan vi se, at det, der særligt fremhæves, når de fortæller om, hvorfor de i så høj grad gerne vil anbefale stedet til andre, er atmosfære, naturen, aktiviteter og byen, mens priser, service, vejr og infrastruktur placerer sig helt i bunden, som langt mindre vigtige faktorer. Dette er ikke et udtryk for, at disse elementer ikke er vigtige, men et udtryk for, at ambassadørerne har været tilfredse med disse forhold, og at de således ikke har været forstyrrende for det, de husker som den gode ferieoplevelse. Atmosfæren, naturen mv., er altså de ting, som reelt huskes som værdifulde i oplevelsesproduktet for de, der har haft en god og anbefalingsvillig ferieoplevelse. Kigger man ind i oplevelsesproduktet er det således vigtigt, at de grundlæggende basiselementer, såsom modtagelsen, priser, infrastruktur, overnatning mv. er i orden – er de det, træder de naturligt i baggrunden og gør plads til de elementer i ferieproduktet, der fremhæves af de, der i høj grad vil anbefale oplevelsen til andre.



ANBEFALINGER

FOKUSÉR PÅ GODE MULIGHEDER OG FORHOLD FOR UDENDØRSAKTIVITETER

Som noget nyt har analysen et særligt fokus på udendørsaktiviteter på feriestederne. Her viser det sig, at en væsentlig andel af feriegæsterne udøver en eller flere former for udendørsaktiviteter på tværs af feriestederne. Endvidere fremgår det, at forhold omkring udendørsaktiviteter har væsentlig betydning for anbefalingsvilligheden, når de neutrale skal flyttes til ambassadørniveauet. Gæster med et bredt forbrug af udendørsaktiviteter (har udøvet minimum fire aktiviteter på deres ferie) er yderligere den målgruppe i analysen med det højeste anbefalingsvillighed.

Analysen viser endvidere, at naturen, strand og de elementer, der ligger i modtagelsen er de forhold, der har størst betydning for anbefalingsvilligheden. I henhold til ovenstående betragtninger om betydningen af udendørsaktiviteter, kan det udledes, at det generelt er helt centralt at have fokus på at gøre naturen og herunder udendørsaktiviteter mere tilgængelig med henblik på at højne tilfredsheden og i sidste ende anbefalingsvilligheden hos feriegæsterne på feriestederne i kyst og natur Danmark.

Mange feriesteder har således mulighed for at udbyde og skabe gode rammer og forhold for udendørsaktiviteter og herved højne antallet af ambassadører for stedet. Her kan fx fokuseres på skiltning, toiletter, parkeringsforhold og mulighed for forplejning i forbindelse med udendørsaktiviteter, som er nogle af de parametre i forbindelse med udendørsaktiviteter, som scorer lavest på tilfredsheden på tværs af feriesteder. Dette er dog ikke ensbetydende med, at det nødvendigvis er lige relevant for alle feriesteder at have dette som sit primære udviklingsfokus.

GØR FØRSTEGANGSBESØGENDE TIL GENGANGERE

Selv om den gennemsnitlige tilfredshed og anbefalingsvillighed generelt er høj, ses der en stærk sammenhæng mellem feriegæsternes loyalitet (tidligere besøgende) og deres tilfredshed og anbefalingsvillighed.

Mens de førstegangsbesøgende er mindre tilfredse og anbefalingsvillige, er gengangere – og særligt dem, der har besøgt samme feriested 10 gange eller mere – meget tilfredse og anbefalingsvillige. Det er derfor vigtigt, at feriestederne generelt forsøger at identificere de førstegangsbesøgende, der hvor de møder dem, fx på overnatningsstederne og turistinformationen, og skabe mulighed for at tage en dialog med dem om, at de netop er førstegangsbesøgende, og hvilke behov og forventninger de har.

Herved kan feriestederne skabe fokus på at opbygge målgruppens tilfredshed og anbefalingsvillighed ved at optimere og synliggøre oplevelsesproduktet for disse og herved øge det gennemsnitlige tilfredsheds- og anbefalingsniveau yderligere. Endvidere at øge sandsynligheden for at gøre dem til gengangere, som har en langt højere anbefalingsvillighed.

TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED

HVAD LIGGER BAG DEN OVERORDNEDE TILFREDSHED, ANBEFALINGSVILLIGHED OG NPS?

I dette afsnit beskrives den overordnede tilfredshed samt anbefalingsvillighed og heraf NPS-scoren. Endvidere beskrives de mest centrale forhold, der har betydning for anbefalingsvilligheden.

OVERORDNET TILFREDSHED

Tilfredsheden med feriestederne i 2017 er generelt høj. I forhold til 2015 ses et lille fald i tilfredsheden. Andelen af utilfredse feriegæster ligger på samme niveau som i 2015, hvilket betyder, at det er andelen af tilfredse feriegæster, der er steget på bekostningen af andelen af meget tilfredse feriegæster. Sammenholdes de enkelte feriesteder er Skagen det feriested, som opnår den højeste gennemsnitlige tilfredshedsscore, mens Langeland har den laveste.

Kigger vi ned i diverse målgrupper, ses en forskel i feriegæsternes gennemsnitlige tilfredshed på tværs af udvalgte grupper. Dog er den gennemsnitlige tilfredshed generelt høj for alle grupper. I forhold til overnatningsformen, er det især feriegæster, som overnatter i eget eller lånt feriehus, som er meget tilfredse. Endvidere er særlig norske og britiske feriegæster meget tilfredse med feriestedet. På tværs af rejsefølge er parrejsende, som rejser sammen flere par mest tilfredse. Derudover er den gennemsnitlige tilfredshed højst blandt de loyale feriegæster, som har besøgt feriestederne 10 gange eller mere.

ANBEFALINGSVILLIGHED OG NPS

NPS er faldet en anelse fra 2015 til 2017. Dette skyldes fortrinsvist, at andelen af ambassadører er faldet, mens andelen af neutrale omvendt er blevet højere. Anbefalingsvilligheden er dog høj og er fortsat højere end i 2013 og 2014.

Ser vi på feriestederne har Skagen, Ribe og Samsø de mest anbefalingsvillige feriegæster, mens Langeland, Aabenraa og Haderslev har de mindst anbefalingsvillige feriegæster. Generelt har samtlige feriesteder en lav andel af kritikere, og det er primært forholdet mellem de neutrale og ambassadørerne, som er afgørende for feriestedets NPS.

DRIVERE FOR ANBEFALINGSVILLIGHED

I henhold til, hvad der statistisk driver anbefalingsvilligheden, er det især feriegæsternes tilfredshed med naturen og stranden og modtagelsen (information og skiltning, områdets vedligeholdelse, parkeringsmuligheder, offentlige toiletter, venlighed fra befolkningen, børnevenligheden og turistinformation), der har en indvirkning. Dernæst har overnatningsstedet, udendørsaktiviteter, attraktioner og byen også en væsentlig betydning. Pris i forhold til kvalitet samt vejret har endvidere også en mindre betydning. Tilfredsheden med disse forhold har således ikke en stor betydning for anbefalingsvilligheden.

Når vi kigger på, hvilke faktorer der generelt set bedst er i stand til at flytte anbefalingsvilligheden, er det således natur og stranden samt modtagelsen, der har den største effekt. Stranden ligger højt på tilfredshed, og modtagelsen er derfor et oplagt fokuspunkt, da det scorer noget lavere på tilfredsheden. Yderligere er udendørsaktiviteter ligeledes et punkt, hvor man med fordel kan fokusere på at optimere tilfredsheden. I tillæg til betydningen af udendørsaktiviteter, kan det således udledes, at det er helt centralt at have fokus på at gøre naturen og herunder udendørsaktiviteter mere tilgængelig generelt med henblik på at højne tilfredsheden og i sidste ende anbefalingsvilligheden på tværs af målgrupper.

Det er væsentligt at understrege, at nogle feriesteder allerede har en høj tilfredshedsscore på ovenfor nævnte parametre – det er altså op til hvert feriested at vurdere, om man vil kunne gøre en væsentlig forskel ved at fokusere på optimering af disse forhold.

Respondenternes åbne besvarelser giver yderligere et billede af, hvad der har betydning for i hvilken grad, de er villige til at anbefale det pågældende feriested til venner og bekendte – og desuden hvad der kan forbedre deres anbefalingsvillighed. Ambassadørerne fremhæver atmosfære, natur og aktiviteter som forhold, der for dem er attraktive og giver dem lyst til at anbefale feriestedet. Dette understøtter i høj grad ovenstående billede af vigtige faktorer.

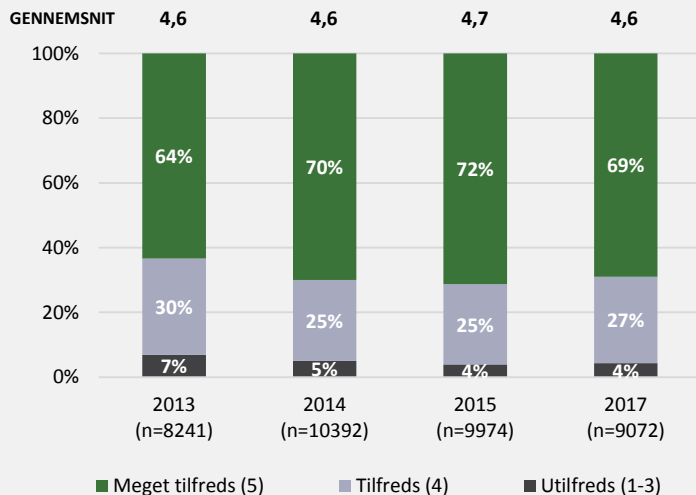
De neutrale angiver ikke i så høj grad direkte årsager til at ville anbefale i højere grad. Mange nævner, at de ikke har været i området længe nok til at kunne udtale sig om dette. Derudover nævnes vej, information, aktiviteter og priser som årsager. Billedet er meget det samme hos kritikerne, hvor en stor andel svarer, at de ikke ved, hvad der skulle til for, at de i højere grad ville anbefale. Af dem, der nævner årsager, påpeges særligt aktiviteter, priser, atmosfære, service og venlighed.

OVERORDNET TILFREDSHED

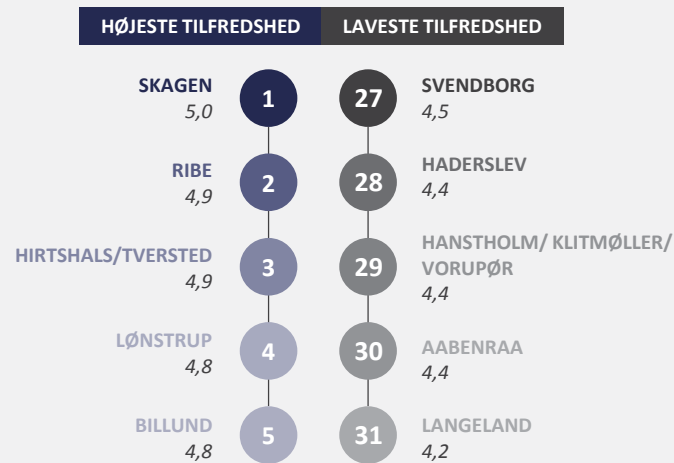
FERIEGÆSTERNES GENNEMSNITLIGE TILFREDSHED LIGGER EN ANELSE UNDER NIVEAUET FRA 2015

I 2017 har cirka 69% af feriegæsterne angivet, at de er meget tilfredse med deres feriested, hvilket er et fald på cirka 3%-point sammenlignet med 2015. Da andelen af utilfredse feriegæster forbliver på samme niveau som i 2015 betyder det, at andelen af tilfredse feriegæster er steget på bekostningen af andelen af meget tilfredse feriegæster. Af denne grund falder den gennemsnitlige tilfredshed en smule sammenlignet med 2015. Overordnet set er feriegæsterne meget tilfredse med deres feriested, som i gennemsnit ligger på 4,6. Når man sammenligner de enkelte feriesteder, ses det, at Skagen er det feriested, som opnår den højeste gennemsnitlige tilfredshedsscore, mens Langeland omvendt har den laveste.

HVOR TILFREDS ER DU OVERORDNET SET MED FERIESTEDET SOM REJSEMÅL?



FERIESTEDER MED DEN HØJESTE OG LAVESTE GENNEMSNITLIGE TILFREDSHED I 2017



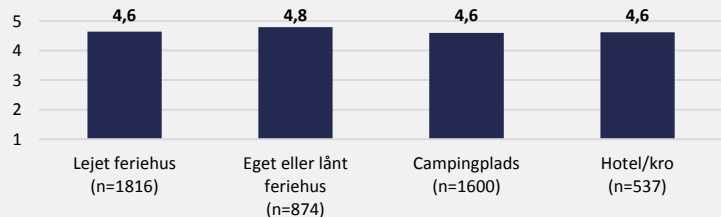
(n=236-310)

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED PÅ TVÆRS AF UDVALGTE GRUPPER

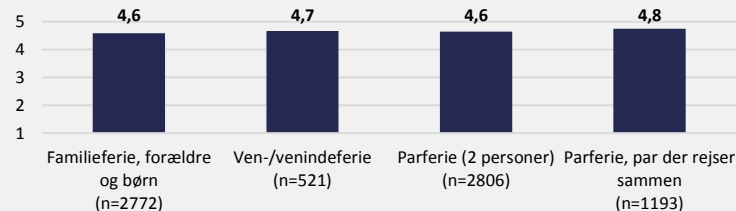
TILFREDSHEDEN ER HØJEST BLANDT GENGANGERE, DE DER REJSER SAMMEN FLERE PAR, OVERNATTER I EGET ELLER LÅNT FERIEHUS SAMT KOMMER FRA NORGE

Som det fremgår af graferne nedenfor, er der en væsentligt forskel i feriegæsternes gennemsnitlige tilfredshed på tværs af udvalgte grupper. Det er dog vigtigt at bemærke, at den gennemsnitlige tilfredshed generelt er høj for alle grupper. I forhold til overnatningsformen, er det især de feriegæster, som overnatter i eget eller lånt feriehus, som er meget tilfredse. Ligeledes ses det på tværs af nationalitet, at det særlig og de norske feriegæster, som er meget tilfredse med feriestedet. På tværs af rejsefølge er det især de parreisende, som rejser flere par sammen, der er meget tilfredse. Derudover er den gennemsnitlige tilfredshed desuden højst blandt de loyale feriegæster, som har besøgt feriestederne 10 gange eller mere.

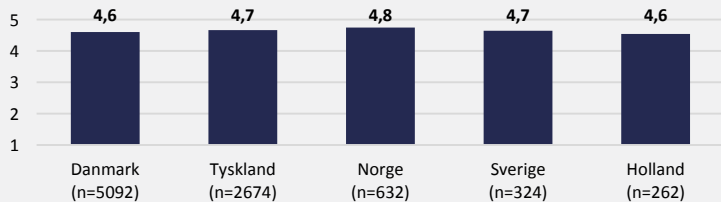
GENNEMSNITLIGT TILFREDSHED EFTER OVERNATNINGSTYPE



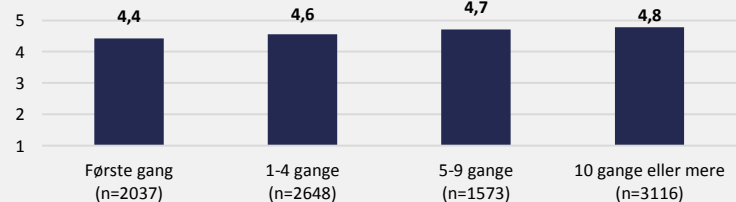
GENNEMSNITLIG TILFREDSHED EFTER REJSEFØLGE



GENNEMSNITLIG TILFREDSHED EFTER NATIONALITET



GENNEMSNITLIG TILFREDSHED EFTER BESØGSFREKVENNS



ANBEFALINGSVILLIGHED

FERIEGÆSTERNES ANBEFALINGSVILLIGHED ER FALDET EN ANELSE SIDEN 2015

Net promoter Score (NPS) er en stærk indikator for feriegæsternes anbefalingsvillighed og afspejler dermed, i hvilken grad de er villige til at anbefale feriestedet til en ven eller kollega. Som det fremgår af figuren nedenfor, er NPS faldet en anelse fra 2015 til 2017 med i alt 3 point. Dette skyldes primært, at andelen af ambassadører er faldet, mens andelen af neutrale omvendt er blevet højere. Anbefalingsvilligheden er dog fortsat højere end i 2013 og 2014, hvor andelen af ambassadører kun udgjorde lidt over 7 ud af 10 af feriegæsterne.

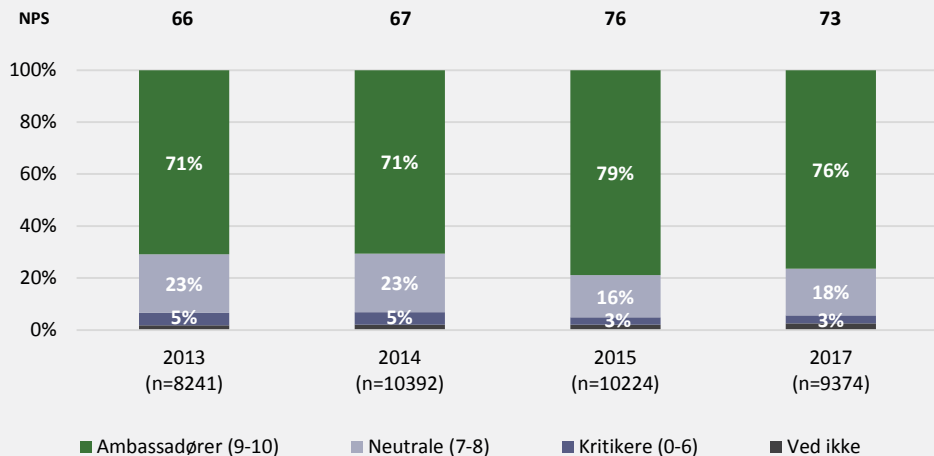
NET PROMOTER SCORE (NPS)

Net Promoter Score (NPS) er et mål for, i hvor høj grad feriegæsterne vil anbefale feriestedet til venner eller familie. Anbefalingsspørgsmålet anses som en stærk indikator for kundeloyalitet, uden direkte at måle loyalitet. Kundeloyalitet handler om en kundes (eller turist/besøgendes) villighed til at anbefale et produkt – i dette tilfælde et feriested – til en anden. Man sætter således noget personligt/socialt på spil, når man giver en anbefaling. Ved at måle NPS, kan man sætte fokus på kernepunkter ift. kundeoplevelsen og få viden om, hvad der ligger bag den oplevede kvalitet af et givent produkt, og hvad der har betydning for i hvilken grad, man vil anbefale det til andre.

feriegæsterne blev spurgt: "Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale feriestedet til en ven eller kollega?" og kunne svare på en skala fra 0 (meget usandsynligt) til 10 (meget sandsynligt).

feriegæster der svarer 0-6 betragtes som kritikere, feriegæster der svarer 7 eller 8 betragtes som neutrale, og feriegæster der svarer 9 eller 10 betragtes som ambassadører. NPS udregnes ved at trække andelen af kritikere fra andelen af ambassadører.

HVOR SANDSYNLIGT ER DET, AT DU VIL ANBEFALE FERIESTEDET TIL EN VEN ELLER KOLLEGA?

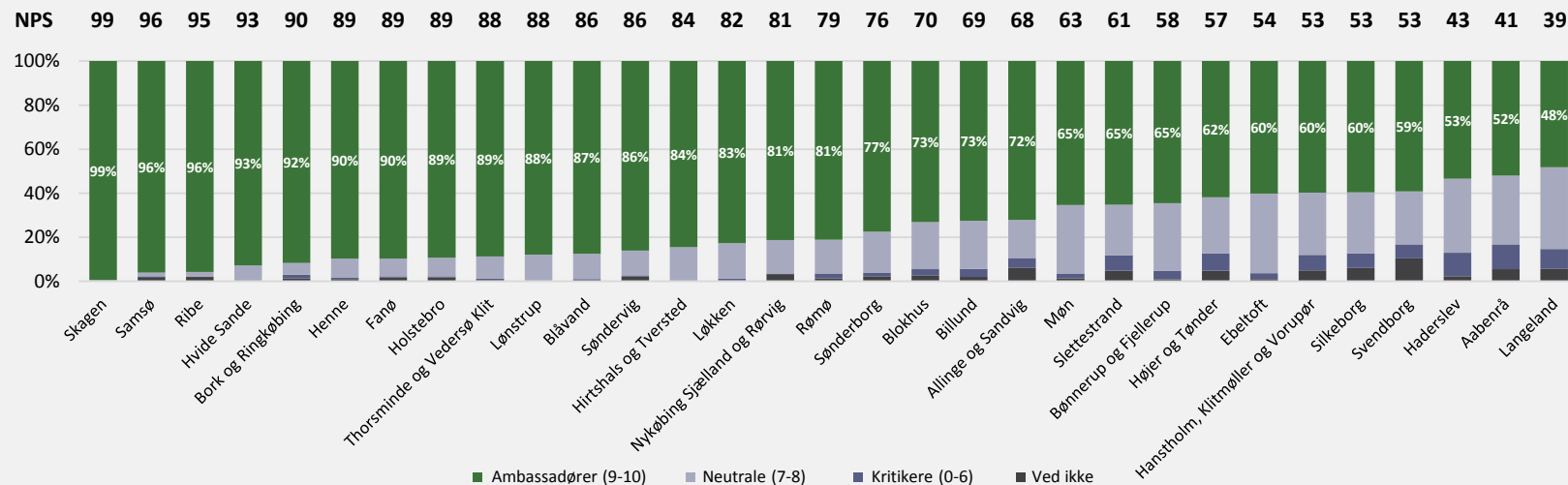


ANBEFALINGSVILLIGHED PÅ TVÆRS AF FERIESTEDERNE

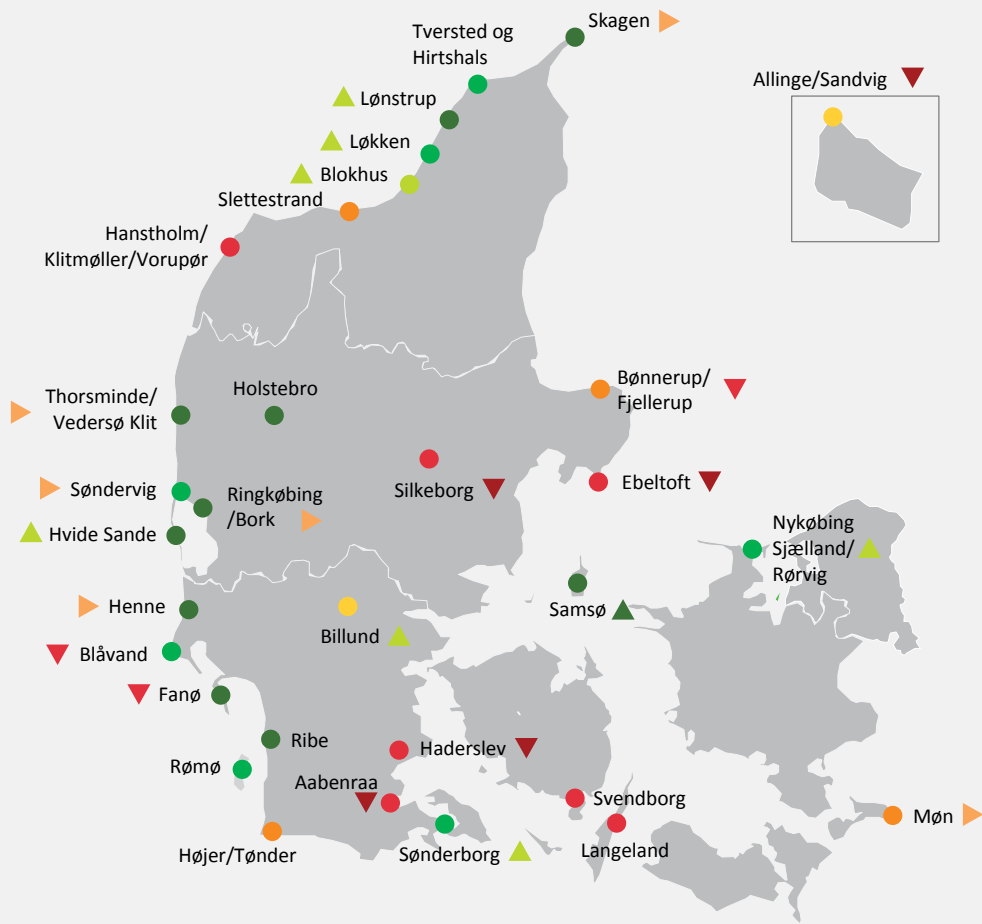
DER ER EN VÆSENTLIG VARIATION I FERIEGÆSTERNES ANBEFALINGSVILLIGHED PÅ TVÆRS AF FERIESTEDERNE

Skagen, Ribe og Samsø har de mest anbefalingsvillige feriegæster med en meget høj andel af ambassadører. Da andelen af kritikere tilsvarende er meget lav, medfører det, at disse feriesteder opnår en NPS på mindst 95. Omvendt har Langeland, Aabenraa og Haderslev de mindst anbefalingsvillige feriegæster, hvilket i høj grad skyldes en lav andel af ambassadører – og en væsentlig andel af kritikere. Samlet set medfører det således, at NPS på disse feriesteder svinger mellem 39 og 43. Generelt har samtlige feriesteder dog en lav andel af kritikere, og det er primært forholdet mellem de neutrale og ambassadørerne, som er afgørende for feriestedets NPS.

HVOR SANDSYNLIGT ER DET, AT DU VIL ANBEFALE FERIESTEDET TIL EN VEN ELLER KOLLEGA?



(n=286-313)

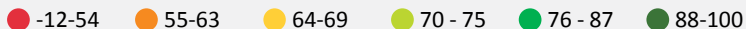


UDVIKLING FRA 2015 TIL 2017

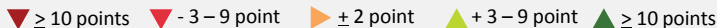
Der ses nogle væsentlige forskelle i udviklingen i NPS fra 2015 til 2017 på tværs af feriestederne. Generelt er NPS høj på vestkysten samt i Nordjylland og på Samsø. Det er også især ved disse steder, at der observeres en positiv udvikling i NPS.

Omvendt er NPS især lav i Syddanmark (Sydjylland, Fyn og Langeland) samt ved Ebeltoft og Silkeborg. Flere af disse steder oplever desværre også et væsentligt fald i deres NPS sammenlignet med 2015.

NPS SCORE



UDVIKLING SAMMENLIGNET MED 2015



HVAD DRIVER ANBEFALINGSVILLIGHEDEN?

EN RÆKKE FAKTORER HAR BETYDNING FOR ANBEFALINGSVILLIGHEDEN

Der er flere forskellige forhold, som har betydning for, hvad der driver gæsternes anbefalingsvillighed. De forskellige forhold kan generelt grupperes i en række forskellige faktorer, alt efter hvor meget forholdene korrelerer eller hænger sammen. Denne gruppering er foretaget på baggrund af en faktoranalyse, som er et statistisk værktøj, der kan afgøre, hvilke forhold der korrelerer og hænger stærkt sammen med hinanden. På baggrund af faktoranalysen er der fundet frem til ni forskellige faktorer, der alle har større eller mindre betydning for feriegæsternes anbefalingsvillighed. Disse faktorer er i rangeret orden beskrevet til højre på denne side.

Som det kan ses, er der flere forhold, der statistisk hænger stærkt sammen, og derfor er grupperet under den samme faktor. Dette gør sig eksempelvis gældende for forhold vedrørende byen. Hvis en turist eksempelvis er tilfreds med bymiljøet, er de som regel også tilfredse med butikkerne og restauranterne.

Procenterne ud for hver af de identificerede faktorer angiver, hvor stor en andel af anbefalingsvilligheden der kan forklares af de enkelte faktorer. feriegæsternes tilfredshed med naturen og stranden og modtagelsen er dermed de forhold, der har størst betydning for deres anbefalingsvillighed, mens deres tilfredshed med pris i forhold til kvalitet samt vejret kun har mindre betydning for deres anbefalingsvillighed. Sidstnævnte har altså ikke stor betydning for, hvorvidt man vil anbefale et feriested eller ej. Så selv hvis disse parametre scorer forholdsvis lavt på tilfredsheden, har de altså ikke en væsentlig betydning for, om man vil anbefale feriestedet eller ej. Vurderingen af pris i forhold til kvalitet vil for mange dog også indgå som en del af vurderingen af alle andre områder af oplevelsesproduktet som fx overnatning, byen mm. Derfor er det selvfølgelig stadig et parameter, man skal have fokus på i henhold til at udbyde den bedste kvalitet til den bedste pris.

UDVIKLING I FORHOLD TIL 2015

De enkelte faktorer har udviklet sig siden 2015 som et resultat af, at nye spørgsmål (udendørsaktiviteter) indgår i analysen, samt at nogle forhold nu hænger mere eller mindre sammen end tidligere. Dette er fx et resultat af indsats og udvikling på feriestederne eller ændringer i turistsammensætningen, men også hvilke parametre man vælger at inddrage i undersøgelsen. Analysen viser eksempelvis, at udendørsaktiviteter har en væsentlig betydning for anbefalingsvilligheden. Derudover viser analysen yderligere, at feriegæsternes tilfredshed med naturen og stranden hænger stærkt sammen – at hvis man er tilfreds med det ene forhold, så er man også i høj grad tilfreds med det andet. feriegæsternes tilfredshed med naturen og stranden har – ligesom i 2015 – stor betydning for deres anbefalingsvillighed. Pris i forhold til kvalitet samt vejret er ligesom i 2015 de forhold, der har mindst betydning for anbefalingsvilligheden.

DRIVERE FOR ANBEFALINGSVILLIGHEDEN

Nedenstående forhold har alle betydning for feriegæsternes anbefalingsvillighed af feriestederne. Procenterne angiver, hvor stor en andel af anbefalingsvilligheden, der kan forklares af de enkelte faktorer.

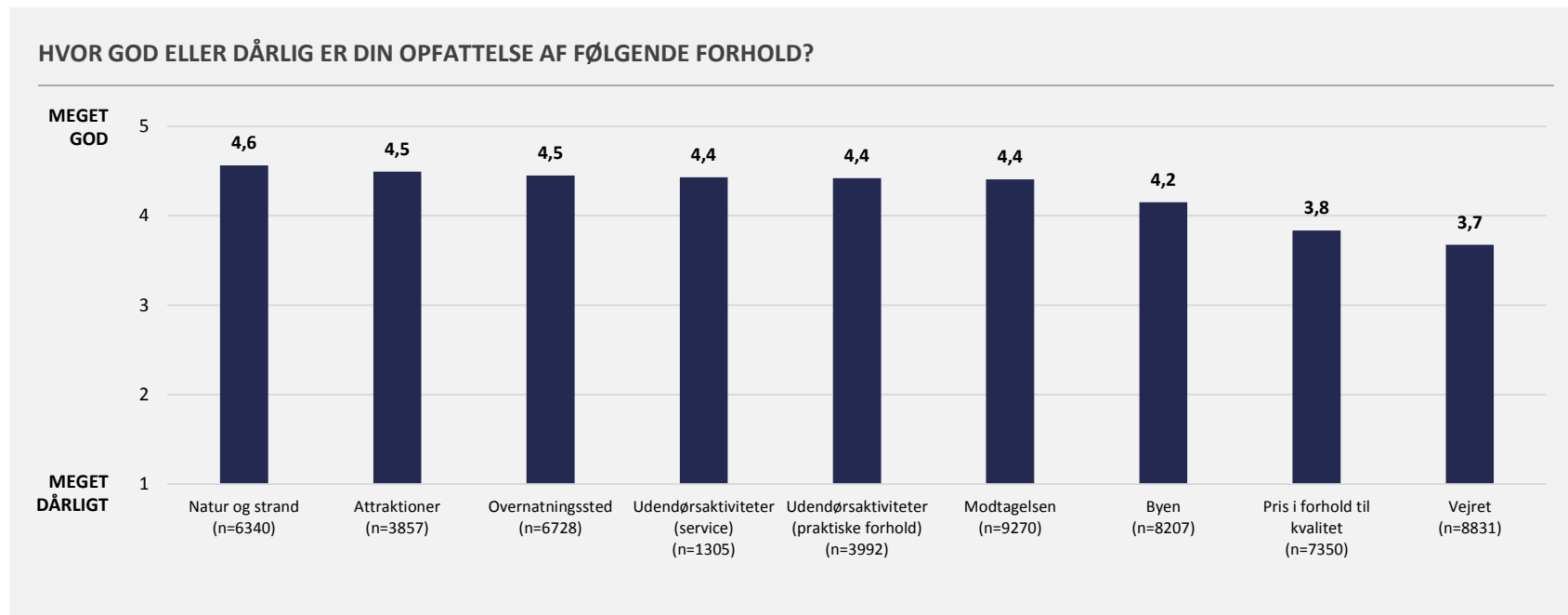
- 1. NATUR OG STRAND - 18%**
(Strand og kyst, særlige naturområder, badeforhold og aktivitetsmuligheder, adgangsforhold, stier, vandre- og cykelruter, naturlegepladser, naturvejledning, information og skiltning)
- 2. MODTAGELSEN - 15%**
(Information og skiltning, områdets vedligeholdelse, parkeringsmuligheder, service fra personale, offentlige toiletter, venlighed fra befolkningen, børnevenligheden, turistinformation)
- 3. OVERNATINGSSTED - 13%**
(Standard og kvalitet, beliggenhed, information og service fra personalet)
- 4. UDENDØRSAKTIVITETER (PRAKTISKE FORHOLD) – 13%**
(forhold og adgang, toiletter og parkeringsforhold, skiltning, mulighed for forplejning)
- 5. UDENDØRSAKTIVITETER (SERVICE) – 11%**
(service og betjening, personlig guide/instruktør)
- 6. ATTRAKTIONER - 11%**
(Kulturattraktioner, oplevelsescentre, festivaler og arrangementer, andre aktivitetstilbud)
- 7. BYEN - 10%**
(Bymiljøer, butikker og shopping, restauranter og spisesteder)
- 8. PRIS I FORHOLD TIL KVALITET - 5%**
- 9. VEJRET - 4%**

Spørgsmålene om vurderingen af det seneste besøg på et spisested er udeladt af driveranalysen, da spørgsmålene alle går specifikt på den oplevelse, som er det 'seneste besøg'. At der spørges så specifikt betyder, at det er vanskeligt at lave en sammenligning med de øvrige drivere, som går på mere generelle ting i forhold til området eller opholdet. Den generelle vurdering af områdets spisesteder er desuden inkluderet under driveren 'Byen'.

TILFREDSHED MED DRIVERNE

FERIEGÆSTERNE ER MEST TILFREDSE MED FORHOLD VEDRØRENDE NATUREN OG STRANDENE PÅ FERIESTEDERNE


På forrige side blev det fundet, at naturen og stranden samt modtagelsen er de to vigtigste drivere for anbefalingsvilligheden. Naturen og stranden er det parameter, hvor feriegæsternes tilfredshed er størst, mens den gennemsnitlige tilfredshed med modtagelsen er lavere. Derudover er feriegæsternes tilfredshed med byen, pris i forhold til kvalitet samt vejret relativt set lavere. feriegæsternes generelle tilfredshed med pris i forhold til kvalitet samt vejret er imidlertid forhold, som kun i mindre grad påvirker feriegæsternes anbefalingsvillighed. Nogle feriestederne kan derfor med fordel prioritere at forbedre feriegæsterne opfattelse af modtagelsen, da dette er vigtigt for feriegæsternes anbefalingsvillighed og et serviceforhold man har mulighed for at ændre på.




BAGGRUND FOR ANBEFALINGSVILLIGHEDEN

Feriegæsterne har fået mulighed for at uddybe, hvorfor de vil/ikke vil anbefale feriestedet til venner og kolleger. Deres svar er kodet i nedenstående kategorier, og på de næste tre sider er det illustreret, hvilke årsager ferie­gæsterne giver til deres anbefalingsvillighed.


 **ATTRAKTIONER OG SEVÆRDIGHEDER:** Forlystelser, museer, zoologiske haver eller lignende


 **AKTIVITETERNE:** Sportsaktiviteter, badeland, markeder eller lignende oplevelser


 **NATUREN:** Skoven, landskabet, kysten, søerne eller lignende

 **VEJRET:** Vejrforholdene

 **STRANDEN:** Strandmiljøet, faciliteter eller lignende


 **HAVET:** Vandet, badning i havet eller lignende

 **ATMOSFÆREN:** Nærmiljøet, stemningen, omgivelserne eller lignende


 **INFRASTRUKTUREN:** Parkeringsforhold, cykelstier, cykelruter, offentlig transport og lignende

 **INFORMATION:** Turistinformation, skiltning eller lignende

 **TURISTPRÆGET:** Mange besøgende ferie­gæster

 **BELIGGENHEDEN:** Placeringen, distancen til andre steder eller lignende


 **HAVNEN:** Havnemiljøet, havnefaciliteter eller lignende

 **BYEN:** Bylivet, kulturen i byen, nattelivet i byen eller lignende


 **BUTIKKER:** Gågaden, åbningstider, shopping muligheder eller lignende

 **OVERNATINGSSTEDET:** Campingpladsen, sommerhuset, feriehuset eller lignende

 **MAD OG DRIKKE:** Restauranter, spisesteder, caféer, is butikker, maden eller lignende


 **PRISERNE:** Priser på parkering, indkøb, overnatning eller lignende

 **SERVICE OG VENLIGHED:** Lokalbefolkningens service, venlighed eller lignende

 **BØRNEVENLIGT:** Børneaktiviteter, legepladser eller sjov for børn

 **SAMVÆR:** Samvær med venner og familie

 **SANITETSFORHOLD:** Toiletforhold, rengøring eller lignende

 **VED IKKE:** Kender ikke området endnu, ved ikke så meget om området endnu eller lignende

 **ANDET**

AMBASSADØRERNE

Ambassadørerne nævner flere forskellige årsager til, at de i høj grad vil anbefale feriestedet til deres venner eller kollegaer. De fire mest hyppige forhold er fremhævet og uddybet nedenfor. Det skal bemærkes at en gæst kan have nævnt mere end en årsag og således fremgå i flere kategorier.



ATMOSFÆREN: Hele 34% af ambassadørerne fremhæver forhold omkring atmosfæren, når de skal forklare, hvorfor de i høj grad vil anbefale feriestedet. Det fremhæves blandt andet, at feriestederne er hyggelige, charmerende eller idylliske. feriegæsterne kan godt lide stemningen, som giver dem en god oplevelse og et positivt indtryk at området.



NATUREN: Omkring 28% af ambassadørerne fremhæver ligeledes naturen som et positivt element på mange feriesteder. Naturen omtales som smuk og unik, og den friske luft skaber både ro og indbyder til aktiviteter.



AKTIVITETERNE: Cirka 18% af ambassadørerne fremhæver flere forskellige aktiviteter i området, som noget særligt positivt. Det kan fx være alt lige fra gode cykel- eller vandrestier til muligheden for kajak- eller kanotur. Et bredt udvalg af aktiviteter i området anvendes også ofte som baggrund for anbefalingsvilligheden.



BYEN: Omkring 15% af ambassadørerne nævner ligeledes byen og fremhæver bl.a. butikker og shopping muligheder samt byens kultur, historie eller charme som særlig årsag for deres anbefalingsvillighed.

Udover ovenstående nævner minimum 5% af ambassadørerne desuden følgende forhold: Attraktioner og seværdigheder (10%), mad og drikke (7%), stranden (9%), børnevenligt (5%), beliggenhed (5%) og samvær (5%).

*"Vi nyder det skønne miljø og den smukke natur.
Og så er her en fantastisk atmosfære."*
(Dansk turist, Ebeltoft)

"Vidunderlig natur - mange udflugtsmuligheder."
(Tysk turist, Hanstholm)

*"Utrolig hyggelig by, venlig befolkning, flot
domkirke."*
(Tysk turist, Ribe)

*"Valgmulighederne. I dag med blæst er surfing jo
fantastisk. Ellers er der fine cykelstier, aktiviteter for
børn både på stranden og andre steder. Dejligt
sted."*
(Tysk turist, Hvide Sande)

*"Rå natur. Stranden ser god ud, men meget blæst.
Flot Strandingsmuseum. Sjøv bevægelsespark, den
må vi prøve i bedre vejr"*
(Dansk turist, Thorsminde/Vedersø Klit)

DE NEUTRALE

De neutrale nævner flere forskellige forhold, som de mener bør forbedres, for at de i højere grad vil anbefale feriestederne til deres venner eller kollegaer. De fire mest hyppige forhold er fremhævet og uddybet nedenfor.



AKTIVITETERNE: Cirka 3% af de neutrale nævner også udvalget af aktiviteter i området som primær årsag, til at de ikke i højere grad vil anbefale feriestedet. Kritikken går både på flere aktivitetsmuligheder eller mere liv i bred forstand, men nogle ønsker også flere aktiviteter til børn eller unge. Derudover nævnes flere specifikke aktiviteter som fx sportsaktiviteter, musik og shopping-muligheder.



PRISERNE: 3% af de neutrale fremhæver, at de synes priserne og opholdet er dyrt. Flere nævner bl.a. at de generelt synes prisniveauet i Danmark er dyrt, mens andre nævner mere specifikke forhold såsom attraktioner, overnatning, dagligvarer, restauranter og butikker.



VEJRET: Omkring 3% af de neutrale nævner vejret, som primær årsag til deres anbefalingsvillighed. Det dårlige vejr skaber begrænsninger i forhold til aktivitetsmulighederne, hvilket påvirker flere feriegæsters humør og feriestemning. Det nævnes både, at det er blæsende, koldt og regner.



INFORMATION: Omkring 2% af ambassadørerne nævner desuden bedre information i området. Dette vedrører både bedre information om aktivitetsmuligheder eller lignende samt bedre skiltning – både i form af manglende eller bedre skiltning samt information eller skiltning på andre sprog.

Udover ovenstående er der en væsentlig andel af de neutrale, som nævner, at de ikke har været i området så længe, og at mere tid og et større kendskab til området vil give dem et bedre udgangspunkt for at vurdere, hvor anbefalingsvillige de reelt er. Af denne grund placerer flere af feriegæsterne sig i gruppen af neutrale uden nødvendigvis at have forslag til forbedringer. Der er desuden hele 68% af de neutrale, som har svaret, at de ikke ved, hvad der skulle til, for at de i højere grad vil anbefale feriestedet.

NB: 68% AF DE NEUTRALE HAR SVARET VED IKKE

”Vi er her kun for at komme væk fra stranden pga. vejret, og det er ikke så meget bedre her”
(Tysk turist, Holstebro)

”Priserne skal sænkes – fødevarer, restaurant og overnatning er meget dyrere end i Tyskland”
(Tysk turist, Vorupør)

”Vi ønsker mere liv på pladsen. Aktiviteter såsom livemusik lørdag, helstegt pøttegris en dag om ugen eller et tog, der kører rundt med ungerne, og et fadølsanlæg, når vejret er godt”
(Dansk turist, Haderslev)

”Turistinformation på kontoret er begrænset – ingen af staben fik dig til at føle, at du gik glip af noget”
(Hollandsk turist, Silkeborg)

”Der kunne godt være beskrivelser og detaljerede kort til vandreture – eksempelvis hvor og hvornår kan vi se sæler og fugle?”
(Dansk turist, Tønder)

KRITIKERNE

Kritikerne nævner flere forskellige årsager til, at de ikke i højere grad vil anbefale feriestedet til deres venner eller kollegaer. De fire mest hyppige forhold er fremhævet og uddybet nedenfor.



AKTIVITETERNE: Omkring 7% af kritikerne fremhæver manglende aktiviteter som den primære årsag, til at de ikke i højere grad vil anbefale feriestedet. Flere nævner, at de synes området har for få aktiviteter, eller at der sker for lidt, og det er kedeligt. Nogle nævner også mangel på mere specifikke aktiviteter som fx legepladser, kulturelle tilbud eller shopping muligheder.



PRISERNE: 6% af kritikerne nævner desuden priserne som årsag, til at de ikke vil anbefale feriestedet. Flere synes generelt, at priserne er for høje, mens andre specifikt fremhæver for høje priser hos attraktioner.



ATMOSFÆREN: Cirka 5% af kritikerne nævner, at de synes området er for stille og kedeligt efter deres smag, eller at miljøet kunne være bedre. Nogle fremhæver blandt andet, at det kan virke tomt og trist, hvis der ikke er særlig mange feriegæster i området.



SERVICE OG VENLIGHED: Omkring 5% af kritikerne påpeger desuden mangel på service og venlighed som primær årsag, til at de ikke i højere grad vil anbefale feriestedet. Nogle nævner blandt andet, at de ikke føler, de har modtaget en god service, eller at de ikke har fået tilstrækkelig hjælp fra personale eller turistkontorer.

Hele 65% af kritikerne har desuden svaret, at de ikke ved hvad der skulle til, for at de i højere grad vil anbefale feriestedet. Af denne grund bliver andelene ovenfor også meget lave, da det er relativt få af kritikerne, som kommer med konkrete årsager til deres lave anbefalingsvillighed.

"Dårlig surfsportsmulighed. Der sker for lidt i højsæssonen, og der er ingen spændende restauranter og cafeer."
(Tysk turist, Blokhus)

"For dyrt, trænger til renovation, for lang ventetid ved aktiviteterne i Legoland og turene er for korte."
(Italiensk turist, Billund)

"Det er ligesom en spørgelsesby, når der ikke er mange feriegæster."
(Dansk turist, Ebeltoft)

"Dårligt hus, dårlig beliggenhed, føler mig så snydt. Udlejningsbureauet lytter ikke, så vi er klar til at tage hjem, før vi skulle"
(Dansk turist, Henne)

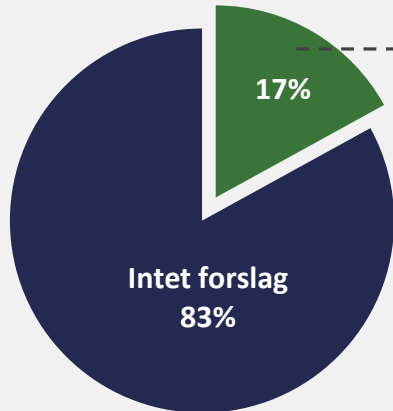
"Dyrt og dårligt badeland med uprofessionelt personale"
(Dansk turist, Slettestrand)

YDERLIGERE FORSLAG TIL FORBEDRING AF FERIESTEDET

BEDRE VEJR, INFORMATION OG SKILTNING SAMT MINDRE TRAFIK ER DE MEST HYPPIGE FORESLAG BLANDT FERIEGÆSTERNE

Mindre end hver femte feriegæst har andre forslag til, hvordan feriestedet kan blive endnu bedre – det er således over 8 ud af 10 som enten har svaret, at de ikke ved det, eller at de ikke har nogle konkrete forslag til forbedringer. Af de 17% der har forslag til forbedringer, fremhæver den største andel, at de gerne så, at vejret artede sig bedre, at der kom bedre information og skiltning, og at der var knap så meget trafikkaos. Der er derudover en del der savner et større udvalg af butikker eller flere dagligvarebutikker, ligesom andre også nævner, at flere aktiviteter i området ville have styrket området yderligere.

HAR DU ANDRE FORSLAG TIL, HVORDAN FERIESTEDET KAN BLIVE ENDNU BEDRE?



(n=9677)

HAR DU ANDRE FORSLAG TIL, HVORDAN FERIESTED KAN BLIVE ENDNU BEDRE?



(n=1621)

HVORDAN FLYTTES FERIEGÆSTERNE TIL EN HØJERE ANBEFALINGSGRUPPE?

GØR KRITIKERE TIL NEUTRALE OG NEUTRALE TIL AMBASSADØRER

Figuren til højre viser, hvilke faktorer der forudses at være **bedst i stand til at flytte feriegæster** fra gruppen af kritikere til gruppen af neutrale, samt hvilke faktorer der forudses at have den største effekt, når neutrale gæster skal flyttes op i gruppen af ambassadører – dette er den vigtigste gruppe at fokusere på, da dette udgør den største gruppe.

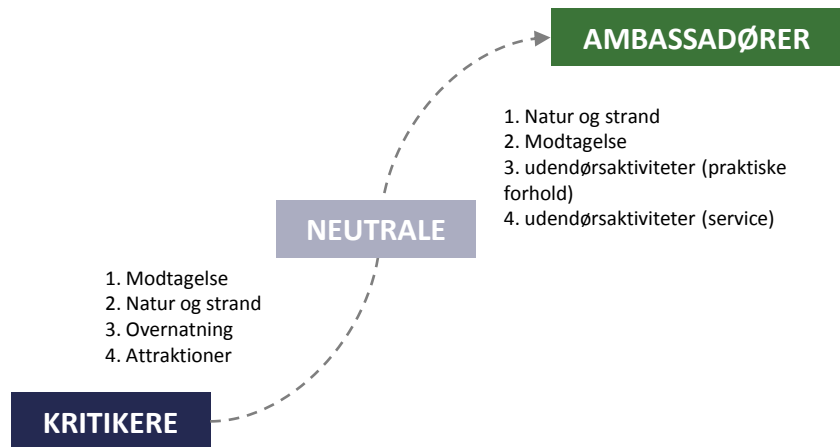
Figuren viser således, hvilke forhold det forventes bedst at kunne betale sig at forbedre, hvis målet er at flytte feriegæster mellem NPS-grupperne og dermed få en højere grad af anbefalingsvillighed blandt feriegæsterne, som fører til en højere grad af loyalitet og positiv omtale af feriestedet.

Som det fremgår af figuren, er det især feriegæsternes tilfredshed med **modtagelsen samt naturen og stranden**, der er de mest effektive forhold at optimere, når gruppen af kritikere skal flyttes til neutrale. Når de neutrale skal flyttes op i gruppen af ambassadører er det igen tilfredsheden med **naturen og stranden samt modtagelsen**, der har den største effekt. Men herefter har tilfredsheden med **udendørsaktiviteter (både praktiske forhold og service)** også en relativ stor effekt.

Modtagelsen samt naturen og stranden er således vigtige forhold at fokusere på. Der er generelt høj tilfredshed med forhold omkring natur og strand. Der kan selvfølgelig være forskel på de enkelte feriesteder, men på dette parameter vil det i høj grad handle om at opretholde en nuværende høj standard. I henhold til modtagelsen er tilfredsheden ikke lige så høj og optimeringen af forhold, der ligger herunder vil således kunne løfte anbefalingsvilligheden blandt gæsterne flere steder. Udendørsaktiviteter er et nyt måleparameter i undersøgelsen, som viser sig at være meget relevant, når neutrale skal flyttes til ambassadører. Her er det særligt nogle specifikke feriesteder, hvor tilfredsheden er lav, hvor man skal fokusere på forhold omkring udendørsaktiviteter – hvor man andre steder nærmere skal have fokus på at opretholde en god standard. Dette uddybes nærmere i kapitlet for udendørsaktiviteter. Generelt kan det dog siges at udendørsaktiviteter er en del af naturen og at det således handler om gøre disse tilgængelige for feriegæsterne.

UDVIKLING I FORHOLD TIL 2015

Sammenlignes resultaterne af analysen med 2015, ses det, at det fortsat er flere af de samme forhold, som kan flytte feriegæsterne mellem de tre NPS grupper. I 2015 var modtagelsen og stranden de mest betydningsfulde forhold i henhold til at flytte feriegæsterne op af anbefalingsstigen. Dette billede gør sig fortsat gældende, hvor naturen dog også er blevet en central del, der er kombineret med stranden. Dette års analyse viser imidlertid – til forskel fra 2015 – at tilfredsheden med overnatning og attraktioner i området i højere grad flytter kritikere til gruppen af neutrale. Ligeledes er det især feriegæsternes tilfredshed med udendørsaktiviteterne i området, som flytter de neutrale til gruppen af ambassadører.





OPLEVELSESPRODUKTERNE

TILFREDSHED MED FORHOLD OG PRODUKTER PÅ FERIESTEDERNE

I følgende afsnit beskrives de forskellige delelementer i oplevelsen af feriestederne, der er spurgt ind til i undersøgelsen. Herunder i hvilken grad feriegæsterne har benyttet sig af dem, og i hvilken grad de er tilfredse med dem.

TILFREDSHED MED GENRELLE FORHOLD OG TILFREDSHED PÅ TVÆRS AF OPLEVELSESPRODUKTER

Ser man på de forhold, der ikke er et decideret produkt – generelle forhold – er feriegæsterne meget positive i deres vurdering af den lokale befolkning, hvor venlighed, børnevenligheden samt service fra personalet vurderes højt.

Vejret samt pris i forhold til kvalitet er de forhold, som feriegæsterne vurderer lavest.

Dette billede stemmer overens med undersøgelsen i 2015, dog vurderes vejret dårligere end i 2015, hvilket er forventeligt eftersom at sommeren 2017 var både koldere og mere regnfuld (kilde: DMI).

Til højre gennemgås kort feriegæsternes gennemsnitlige tilfredshed med de forskellige oplevelsesprodukter og forhold på deres ophold. Relativt set vurderer feriegæsterne især stranden og kysten, særlige naturområder samt venligheden fra befolkningen særligt højt. Yderligere vurderes adgangsforhold til strand, vandre- og cykelruter samt andre aktiviteter også generelt højt. Generelt skal det dog påpeges, at alle oplevelsesprodukter vurderes særdeles positivt, hvilket er et udtryk for den generelt høje tilfredshed med oplevelsesprodukterne på feriestederne.

OPLEVELSER, ATTRAKTIONER OG KULTURATTRAKTIONER

Ca. halvdelen af de adspurgte feriegæster har besøgt eller forventer at besøge attraktioner og oplevelsescentre i forbindelse med deres ferie, og lidt under halvdelen af feriegæsterne har besøgt eller forventer at besøge kulturattraktioner. Disse har vurderet attraktioner og oplevelsescentre samt kulturattraktioner bedst, mens andre aktivitetstilbud som fx badelande, minigolf mv. er vurderet mindre godt

NATUREN

En overvejende andel af feriegæsterne har besøgt eller forventer at besøge naturområder som fx strande, kyst, nationalparker eller lignende i forbindelse med deres ophold. De feriegæster, som har besøgt eller forventer at besøge naturområder, har vurderet strand og kyst samt særlige naturområder højest. Som beskrevet ovenfor er naturen ligeledes det oplevelsesprodukt, der gennemsnitligt scorer den højeste tilfredshed blandt de besøgende.

OVERNATNING

Overnatning i feriehus er den foretrukne overnatningsform blandt feriegæster, som har mere end 4 overnatninger. Campingplads eller autocamper det mest populære valg blandt feriegæster med en enkelt overnatning. Feriegæsterne er generelt mest tilfredse med den information og service, som de modtager på overnatningsstedet, og lidt mindre med overnatningsstedets standard og kvalitet. På tværs af overnatningsformer er feriegæster, der overnatter i eget eller lånt feriehus samt feriecentre, mest tilfredse med overnatningsstedet. Omvendt er dem, der har overnattet på Bed & Breakfast eller i et lejet feriehus mindre tilfredse.

SPISESTEDER

Feriegæster, som har besøgt en restaurant, café eller lignende, vurderer overordnet set, at deres besøg har været meget godt. Sammenlignet med de øvrige oplevelsesprodukter er vurderingen af spisestederne dog den laveste.

UDENDØRSAKTIVITETER

Ca. 3/5 af feriegæsterne har allerede udøvet eller forventer at udøve udendørsaktiviteter under deres ophold. De som allerede har udøvet udendørsaktiviteter er generelt tilfredse med forholdene omkring disse. Muligheden for forplejning i forbindelse med aktiviteterne vurderes lavest.

TURISTINFORMATION

Ca. 1/5 af feriegæsterne har benyttet sig af turistinformationen i ferieområdet. Feriegæsterne er generelt tilfredse med turistinformationen i området. Analysen viser endvidere, at jo længere opholdslængde feriegæsterne har, desto mere har de benyttet sig af turistinformationen.

TILFREDSHED PÅ TVÆRS AF OPLEVELSESPRODUKTER

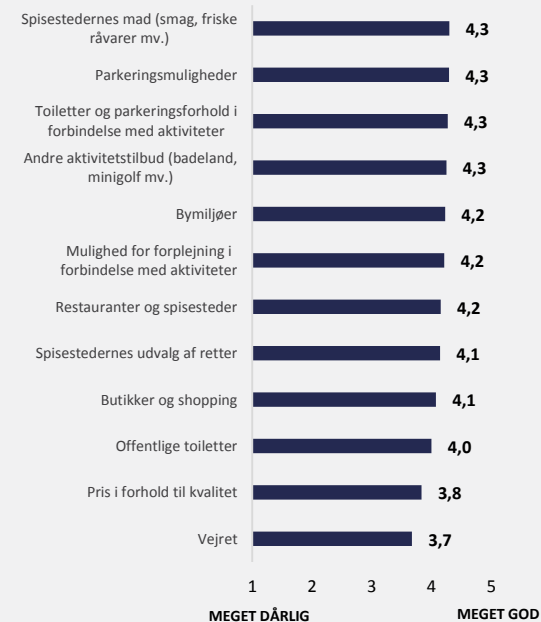
FERIEGÆSTERNE ER ISÆR TILFREDSE MED FORHOLD VEDRØRENDE NATUREN SAMT VENLIGHEDEN FRA DEN DANSKE BEOLKNING

Graferne nedenfor viser feriegæsternes gennemsnitlige tilfredshed med de forskellige forhold på deres rejse. Som det ses vurderer feriegæsterne især stranden og kysten, særlige naturområder samt venligheden fra befolkningen højt – men adgangsforhold til strand, vandre- og cykelruter samt andre aktiviteter vurderes også generelt højt. I den modsatte ende vurderer feriegæsterne vejret lavest. Derudover er forhold som pris i forhold til kvalitet, offentlige toiletter, butikker og shopping samt spisestedernes udvalg af rette også generelt vurderet lavere.

BEDST VURDEREDE OPLEVELSER



LAVEST VURDEREDE OPLEVELSER



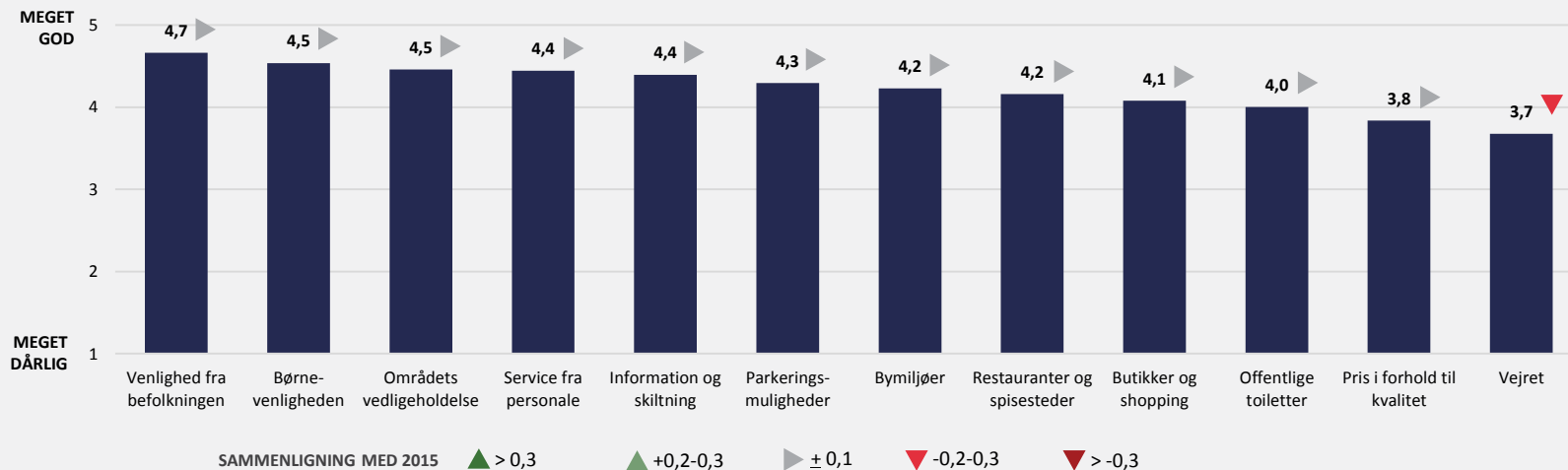
(n=638-8831)

TILFREDSHED MED OPLEVELSESPRODUKTERNE PÅ FERIESTEDERNE

FERIEGÆSTERNE ER SÆRLIGT TILFREDSE MED VENLIGHEDEN FRA BEFOLKNINGEN SAMT OMRÅDERNES VEDLIGEHOEDELSSE

De adspurgte feriegæster er særligt positive i deres vurdering af den lokale befolkning, hvor den generelle venlighed, børnevenligheden og service fra personalet vurderes højt. Vejret samt pris i forhold til kvalitet er de forhold, som feriegæsterne vurderer lavest. Det ses endvidere, at samtlige forhold – udover vejret – vurderes på samme niveau som i 2015. Der observeres derfor hverken en væsentlig positiv eller negativ udvikling på nogle af de centrale forhold. Vurderingen af vejret faldet er imidlertid faldet i forhold til 2015, hvilket er forventeligt eftersom at sommeren i år var koldere og mere regnfuld (kilde: DMI).

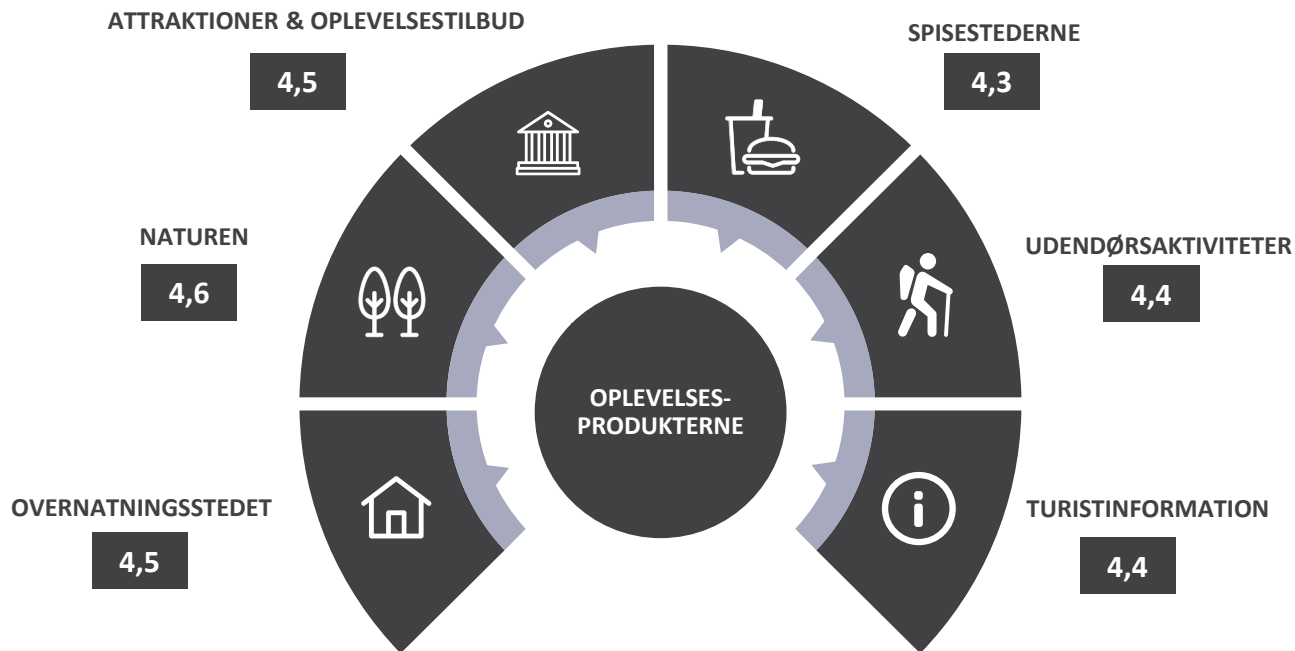
TILFREDSHED MED GENERELLE FORHOLD PÅ FERIESTEDERNE



(n=5042-8831)

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED MED OPLEVELSESPRODUKTER

Nedenfor vises gæsternes gennemsnitlige tilfredshed med de seks oplevelsesprodukter der måles på i analysen. Naturen opnår den højeste gennemsnitlige tilfredshed, mens spisestederne opnår den laveste vurdering blandt gæsterne. I det følgende kan du læse mere om det enkelte oplevelsesprodukt.



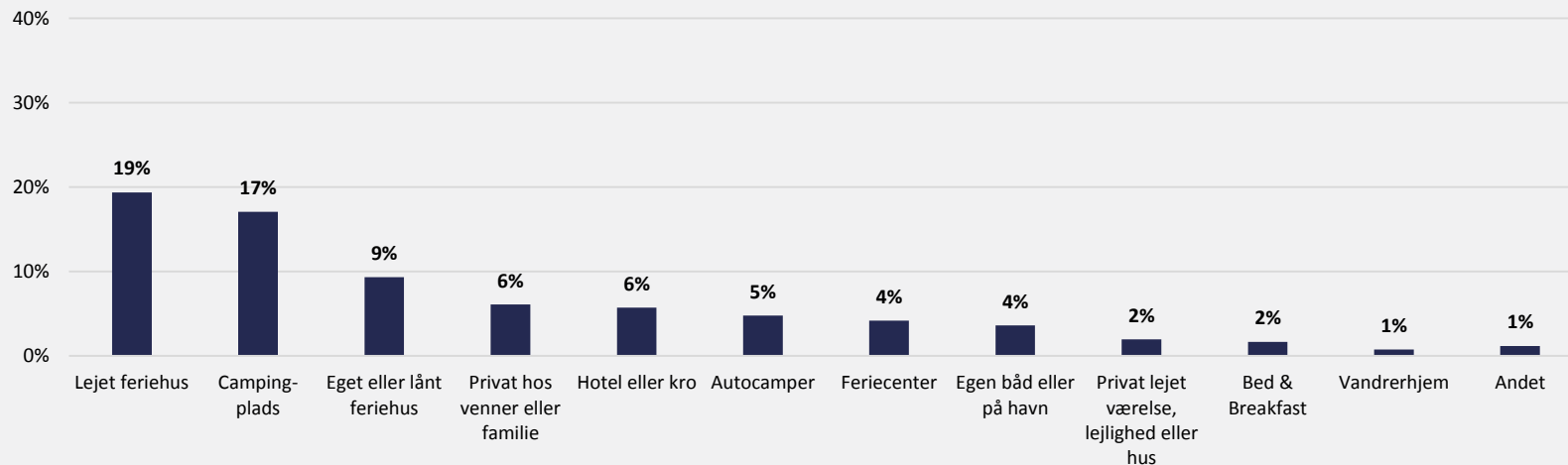


OVERNATNINGSTEDET

FERIEGÆSTERNE OVERNATTER I HØJ GRAD I LEJET FERIEHUS ELLER PÅ CAMPINGPLADS

Mens cirka en femtedel af de interviewede feriegæster overnatter i et lejet feriehus, er der i gennemsnit også ca. 17%, som overnatter på campingspads. De to overnatningstyper er således de mest populære valg blandt feriegæsterne.

HVILKEN OVERNATNINGSFORM HAR DU BENYTTET I FORBINDELSE MED DET AKTUELLE OPHOLD?



(n=7098)

Derudover har flere benyttet Airbnb: 54 % af dem, der har lejet privat værelse, lejlighed eller hus. 24 % af dem, der har benyttet bed & breakfast. 3 % af dem, der har lejet feriehus. 2 % af dem, der har benyttet andet og 1 % af dem, der har benyttet campingplads.

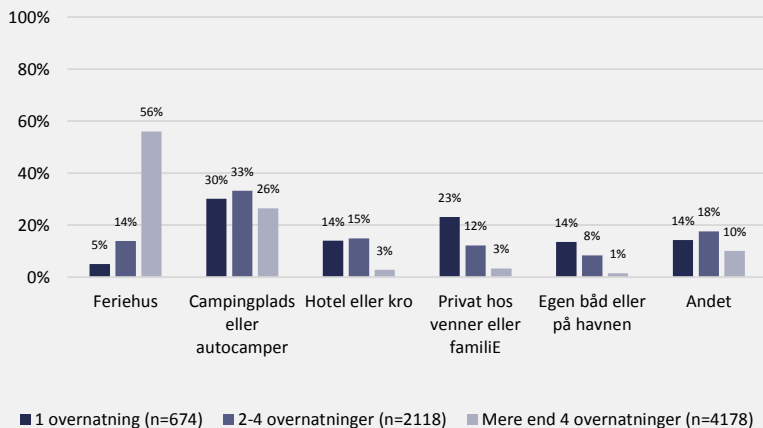


OVERNATINGSSTED PÅ TVÆRS AF OPHOLDSLÆNGDE OG NATIONALITET

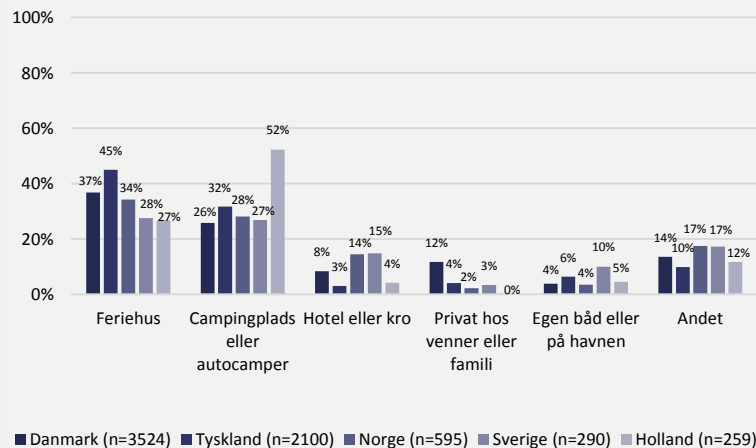
DET VALGTE OVERNATINGSSTED AFHÆNGER I HØJ GRAD AF FERIEGÆSTERNES OPHOLDSLÆNGDE OG NATIONALITET

Mens overnatning i feriehus er den foretrukne overnatningsform blandt feriegæster, som har mere end 4 overnatninger, er overnatning på campingplads eller i autocamper det mest populære valg blandt feriegæster, som kun har en enkelt overnatning. Overnatning privat hos venner eller familie eller i egen båd eller på havnen er også oftere valgt, hvis feriegæsterne kun har en enkelt overnatning. På tværs af nationaliteter, ses det desuden, at overnatning i feriehus især er et populært valg blandt tyske feriegæster, mens hollænderne i høj grad overnatter på campingpladser eller i autocamper. En væsentlig andel af de danske feriegæster overnatter også privat hos venner eller familie.

HVILKEN OVERNATNINGSFORM HAR DU BENYTTET I FORBINDELSE MED DET AKTUELLE OPHOLD? - OPHOLDSLÆNGDE



HVILKEN OVERNATNINGSFORM HAR DU BENYTTET I FORBINDELSE MED DET AKTUELLE OPHOLD? - NATIONALITET



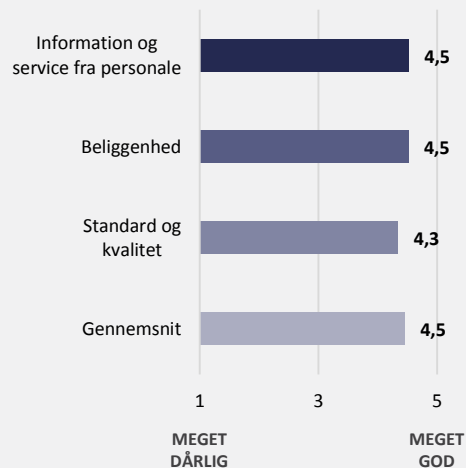


TILFREDSHED MED OVERNATNINGSSTEDET

FEIREGÆSTERNE ER GENERELT MEGET TILFREDSE MED KVALITETEN AF DERES OVERNATNINGSSTED I FORBINDELSE MED OPHOLDET

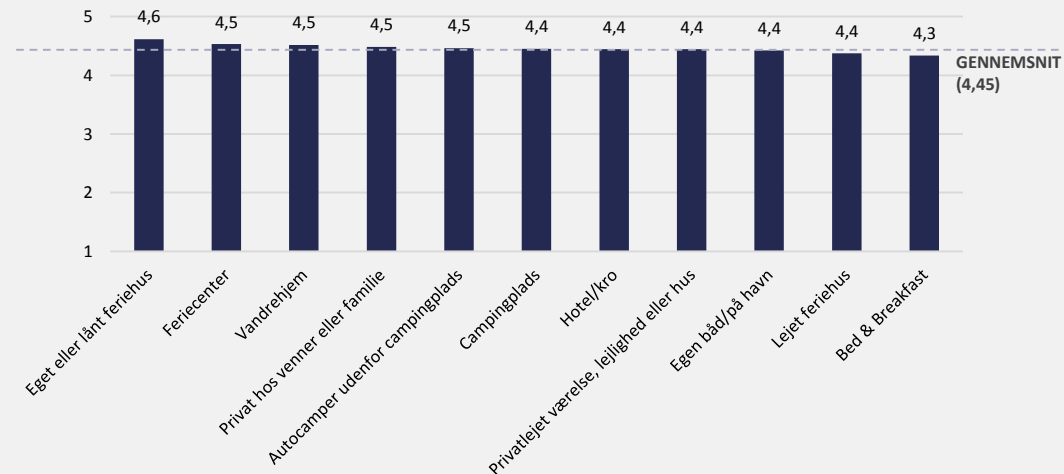
Mens feriegæsterne er mest tilfredse med den information og service, som de modtager på overnattingsstedet, er de en anelse mindre tilfredse med overnattingsstedets standard og kvalitet. Overordnet set opnår kvaliteten af overnattingsstedet dog en gennemsnitlig tilfredshedsscore på 4,5. På tværs af de forskellige overnattingsformer ses det, at feriegæster der har overnattet i eget eller lånt feriehus samt feriecentre generelt er mest tilfredse med overnattingsstedet. Omvendt er dem, der har overnattet på Bed & Breakfast eller i et lejet feriehus mindre tilfredse med overnattingsstedet.

HVAD SYNES DU OM KVALITETEN AF DIT OVERNATNINGSSTED?



(n=5159-6658)

HVAD SYNES DU OM KVALITETEN AF DIT OVERNATNINGSSTED? – PÅ TVÆRS AF OVERNATNINGSFORMER



(n=69-1570)

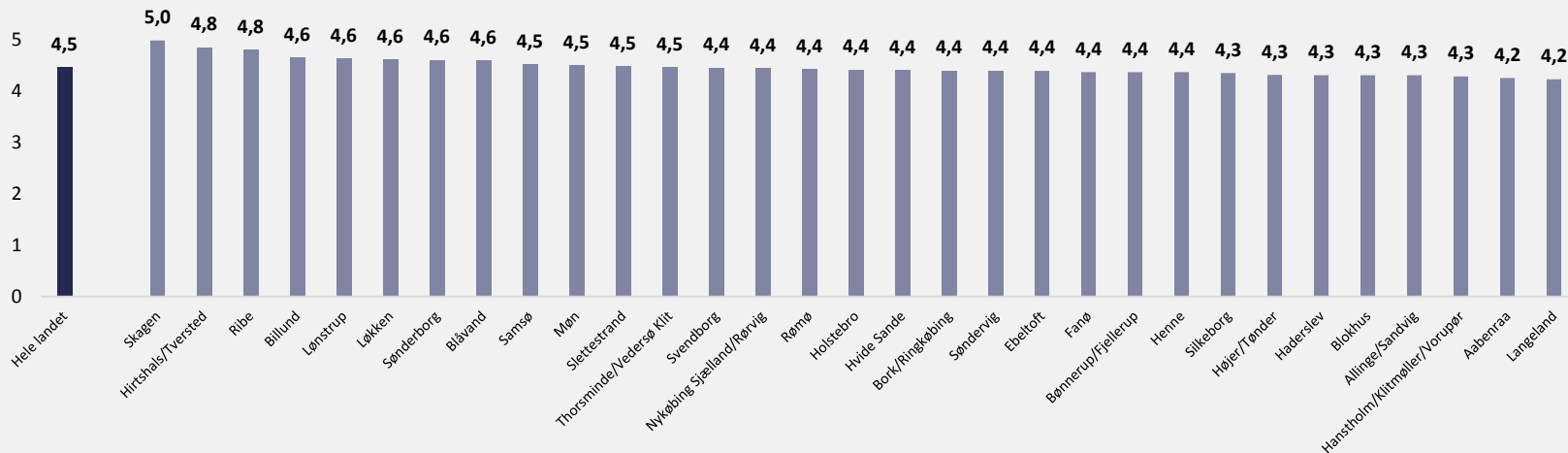


TILFREDSHED MED OVERNATNINGSSTEDET FORDELT PÅ FERIESTEDER

FEIREGÆSTERNE I SKAGEN ER DE MEST TILFREDSE, MEN ALLE FERIESTEDER OPNÅR GENEREL HØJ TILFREDSHED MED OVERNATNINGSSTEDET

Det fremgår af grafen, at Skagen, Hirtshals/Tversted og Ribe vurderes højest på tilfredshed med overnattingsstedet – mens Aabenraa og Langeland er de feriesteder, der scorer lavest.

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED: OVERNATNINGSSTEDER FORDELT PÅ FERIESTEDER



(n=159-302)

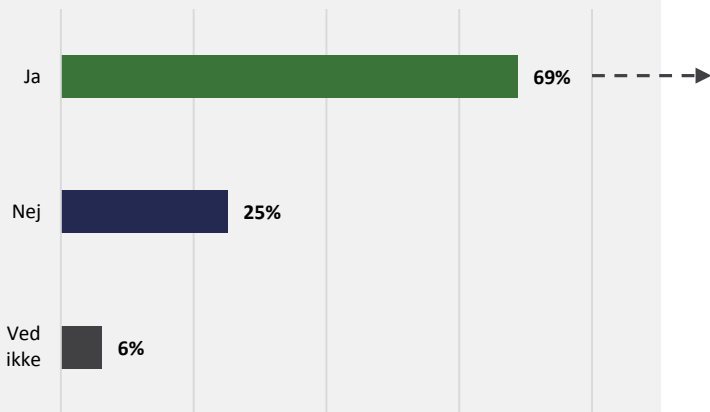


TILFREDSHED MED NATUREN

FERIEGÆSTERNE ER SÆRLIGT TILFREDSE MED OMRÅDERNES STRAND OG KYST SAMT SÆRLIGE NATUROMRÅDER

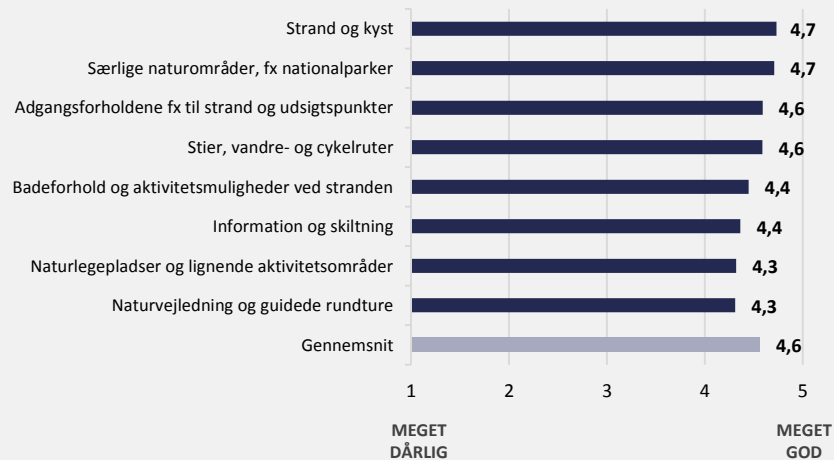
Næsten 7 ud af 10 af de adspurgte feriegæster har besøgt eller forventer at besøge naturområder som fx strande, kyst, nationalparker eller lignende i forbindelse med deres ophold. De feriegæster, som har besøgt eller forventer at besøge naturområder, har vurderet strand og kyst samt særlige naturområder højest. Omvendt er naturvejledning og guidede rundture samt naturlegepladser og lignende blevet vurderet lavest. Den gennemsnitlige tilfredshed på tværs af alle naturforholdene er dog høj, med en gennemsnitlig score på 4,6.

HAR DU BESØGT ELLER FORVENTER DU AT BESØGE NATUROMRÅDER, FX STRANDE, KYST, NATIONALPARKER MV UNDER DIT OPHOLD?



(n=19374)

HVAD SYNES DU OM OMRÅDETS LANDSKABER OG NATUR?



(n=1875-6136)

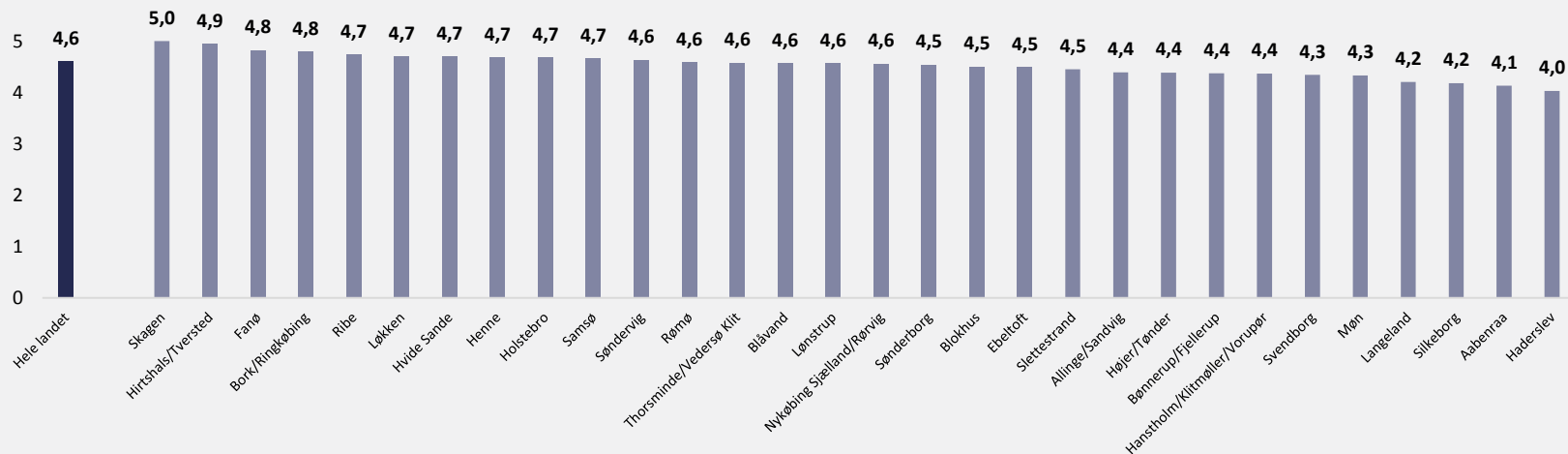


TILFREDSHED MED NATUREN FORDELT PÅ FERIESTEDER

FEIREGÆSTERNE I SKAGEN ER DE MEST TILFREDSE, MEN ALLE FERIESTEDER OPNÅR GENEREL HØJ TILFREDSHED MED NATUREN

Det fremgår af grafen, at Skagen og Hirtshals/Tversted vurderes højest på tilfredshed med naturen, mens Aabenraa og Haderslev er de feriesteder, der scorer lavest.

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED: NATUREN FORDELT PÅ FERIESTEDER



(n= 51-305)

NB: DER ER KUN INKLUDERET DE FERIESTEDER HVOR N MINIMUM ER 30. BILLUND FREMGÅR DERFOR IKKE AF GRAFEN.

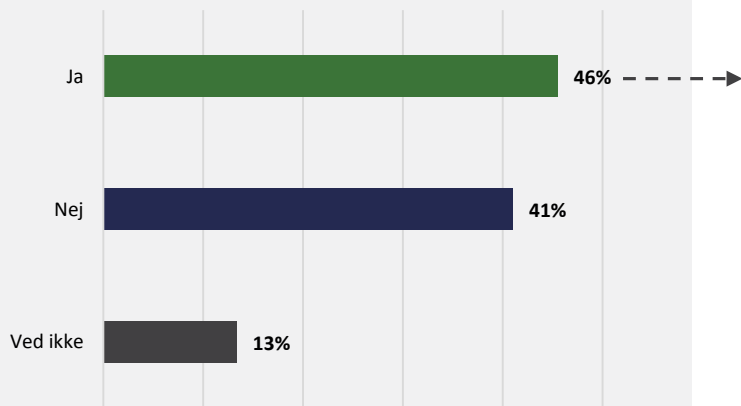


TILFREDSHED MED ATTRAKTIONER OG OPLEVESESTILBUD

NÆSTEN HALVDELEN AF FERIEGÆSTERNE HAR BESØGT ELLER FORVENTER AT BESØGE ATTRAKTIONER OG OPLEVESESCENTRE

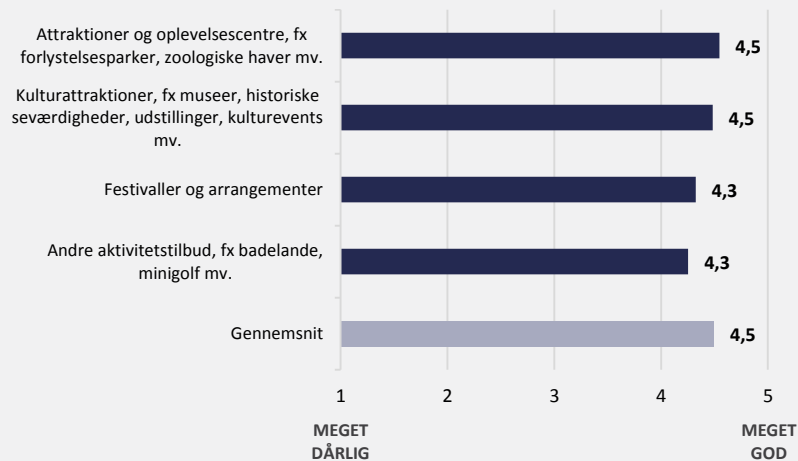
46% af de adspurgte feriegæster har besøgt eller forventer at besøge attraktioner og oplevelsescentre i forbindelse med deres ferie. Disse feriegæster har vurderet attraktioner og oplevelsescentre samt kulturattraktioner bedst, mens andre aktivitetstilbud som fx badelande, minigolf mv. er vurderet mindre godt – dog kun relativt set, da en score på 4,3 fortsat er højt. Dette betyder, at udbuddet af denne type oplevelse på feriestedet er vigtigt og et bredt anvendt produkt for mange feriegæster.

HAR DU BESØGT ELLER FORVENTER DU AT BESØGE ATTRAKTIONER OG OPLEVESESCENTRE VED ELLER TÆT PÅ FERIESTEDET?



(n=19374)

HVAD SYNES DU OM OMRÅDETS OPLEVELSER OG ATTRAKTIONER?



(n=1875-6136)

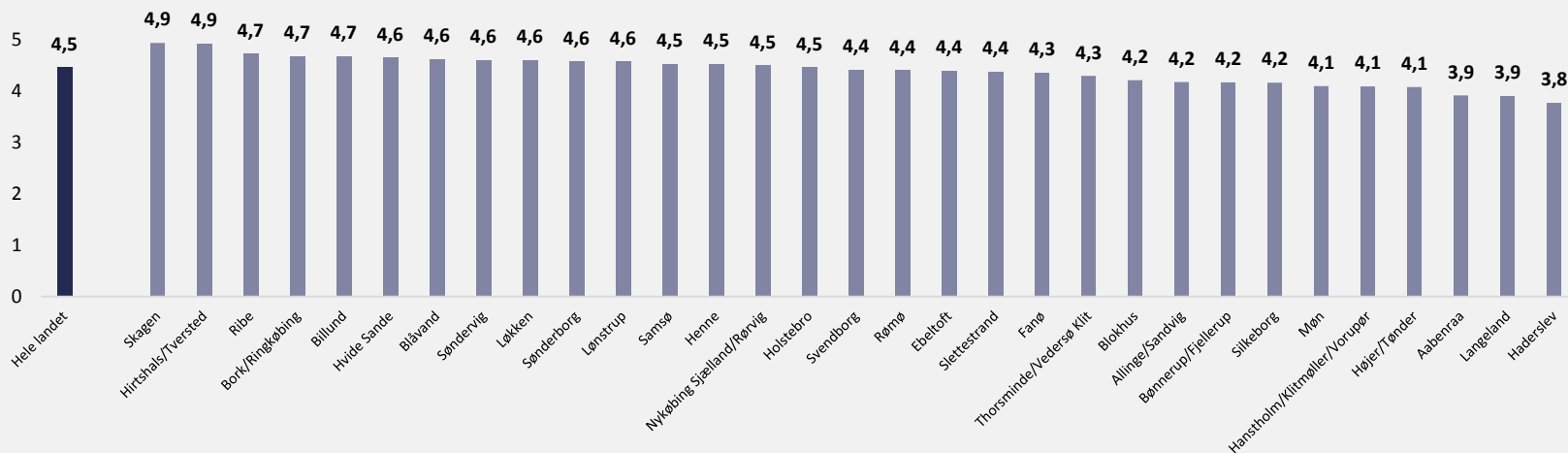


TILFREDSHED MED ATTRAKTIONER OG OPLEVELSESTILBUD FORDELT PÅ FERIESTEDER

FEIREGÆSTERNE I SKAGEN SAMT HIRTSHALS/TVERSTED ER DE MEST TILFREDSE

Det fremgår af grafen, at Skagen og Hirtshals/Tversted vurderes højest på tilfredshed med attraktioner og oplevelsestilbud, mens Aabenraa, Langeland og Haderslev er de feriesteder, der scorer lavest.

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED: ATTRAKTIONER OG OPLEVELSESTILBUD FORDELT PÅ FERIESTEDER



(n= 40-291)

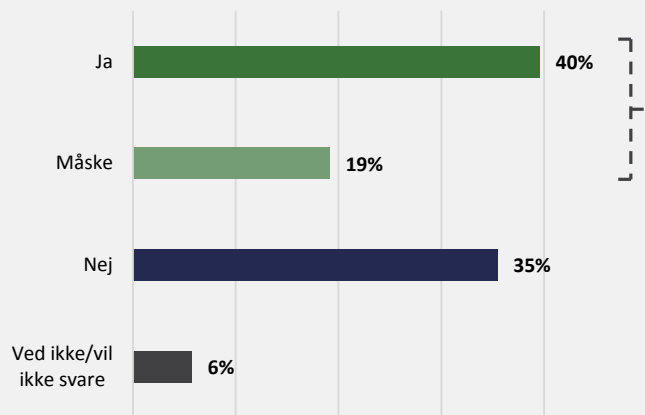


KULTURATTRAKTIONER

DET ER I HØJ GRAD DE HOLLANDSKE, TYSKE OG NORSKE FERIEGÆSTER SOM PLANLÆGGER AT BESØGE KULTURATTRAKTIONER I FORBINDELSE MED DERES FERIE

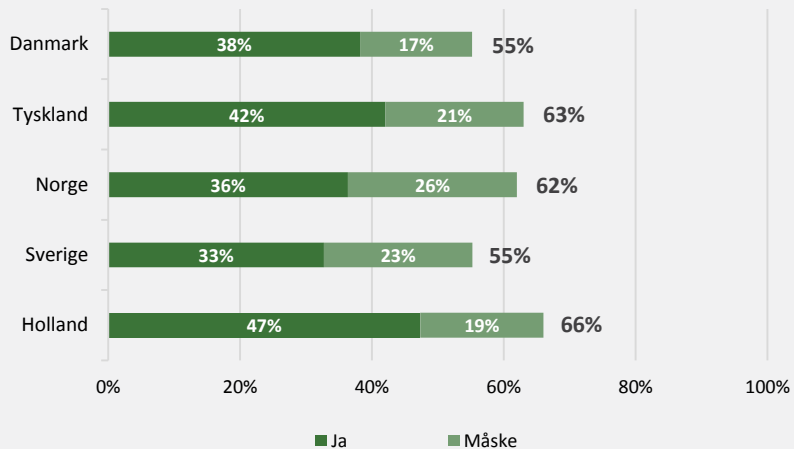
Omkring 4 ud af 10 feriegæster har besøgt eller forventer at besøge kulturattraktioner i forbindelse med deres ophold. Derudover er der næsten en femtedel som måske vil overveje det, hvilket efterlader omkring 40%, som enten ikke vil besøge kulturattraktioner eller endnu ikke ved det. Næsten halvdelen af de hollandske feriegæster har besøgt eller forventer at besøge kulturattraktioner, mens cirka en femtedel overvejer det. Der er således hele 66% af de hollandske feriegæster, som har besøgt eller sandsynligvis vil besøge kulturattraktioner. Denne andel er næsten ligeså høj for de tyske og norske feriegæster.

HAR DU BESØGT ELLER FORVENTER DU AT BESØGE ATTRAKTIONER OG OPLEVELSESCENTRE VED ELLER TÆT PÅ FERIESTEDET?



(n=9374)

HAR DU BESØGT ELLER FORVENTER DU AT BESØGE ATTRAKTIONER OG OPLEVELSESCENTRE VED ELLER TÆT PÅ FERIESTEDET?



(n=262-5315)

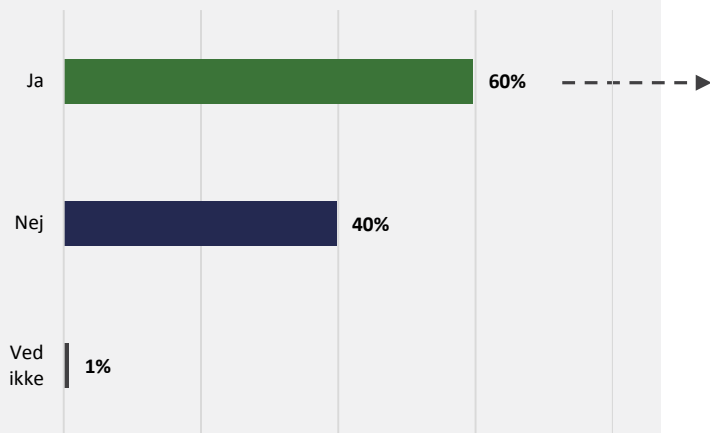


TILFREDSHED MED SPISESTEDERNE

OMKRING 6 UD AF 10 FERIEGÆSTER HAR SPIST PÅ EN RESTAURANT, CAFÉ ELLER LIGNENDE

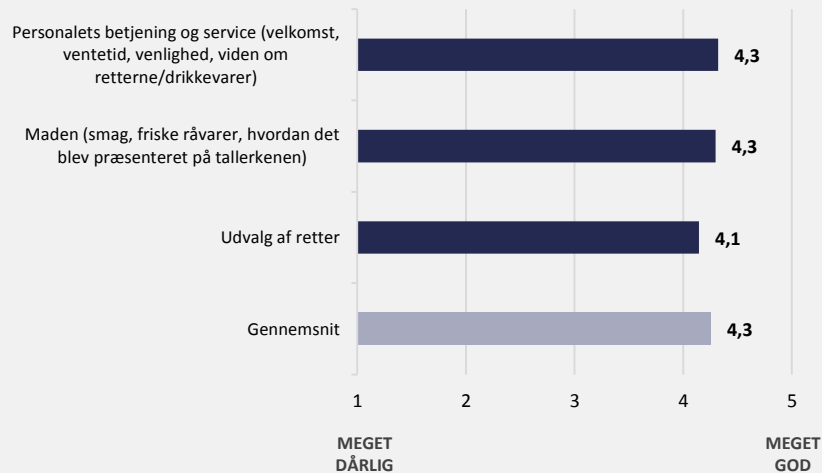
De feriegæster, som allerede har spist på en restaurant, café eller lignende, vurderer overordnet set, at deres besøg har været meget godt. Sammenlignet med de øvrige oplevelsesprodukter er vurderingen af spisestederne dog den laveste med en gennemsnitlig score på 4,3. Feriegæsterne vurderer personalets betjening og service højest, mens udvalget af retter vurderes lavest.

HAR DU ALLEREDE NU SPIST PÅ EN RESTAURANT, CAFÉ ELLER LIGNENDE UNDER DIT OPHOLD?



(n=9374)

HVAD SYNES DU OM DETTE BESØG?



(n=5435-5545)

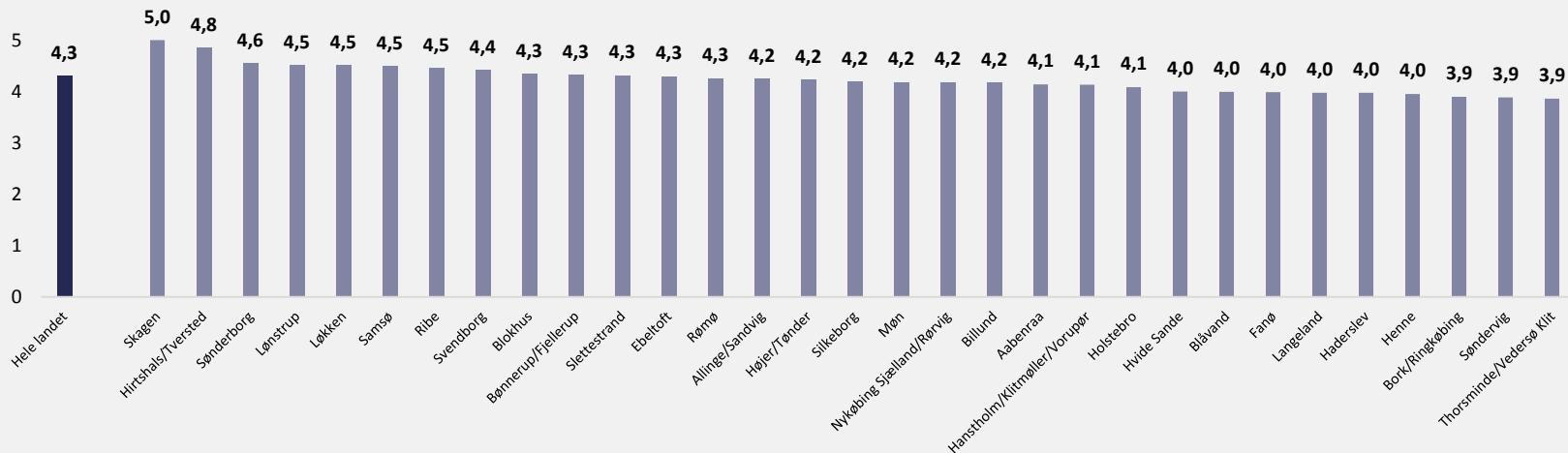


TILFREDSHED MED SPISESTEDERNE FORDELT PÅ FERIESTEDER

FEIREGÆSTERNE I SKAGEN ER DE MEST TILFREDSE MED SPISESTEDERNE

Det fremgår af grafen, at Skagen og Hirtshals/Tversted vurderes højest på tilfredshed med spisestederne, mens Bork/Ringkøbing, Søndervig og Thorsminde/Vedersø Klit er de feriesteder, der scorer lavest.

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED: SPISESTEDER FORDELT PÅ FERIESTEDER



(n= 108-262)

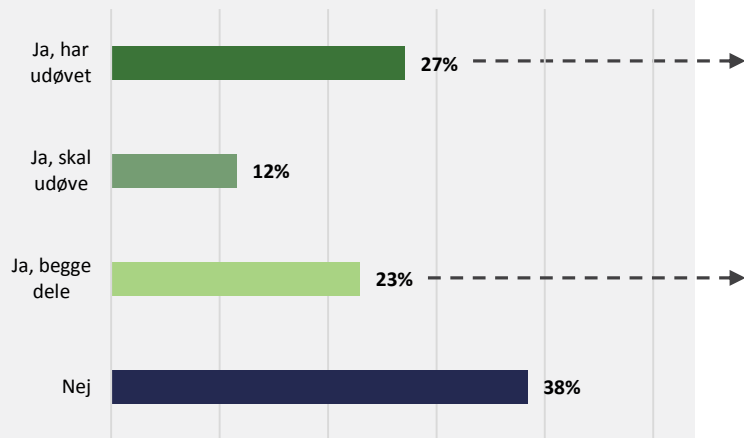


TILFREDSHED MED UDENDØRSAKTIVITETER

OVER 6 UD AF 10 FERIEGÆSTER HAR ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER AT UDØVE NOGLE UDENDØRSAKTIVITETER I FORBINDELSE MED DERES OPHOLD

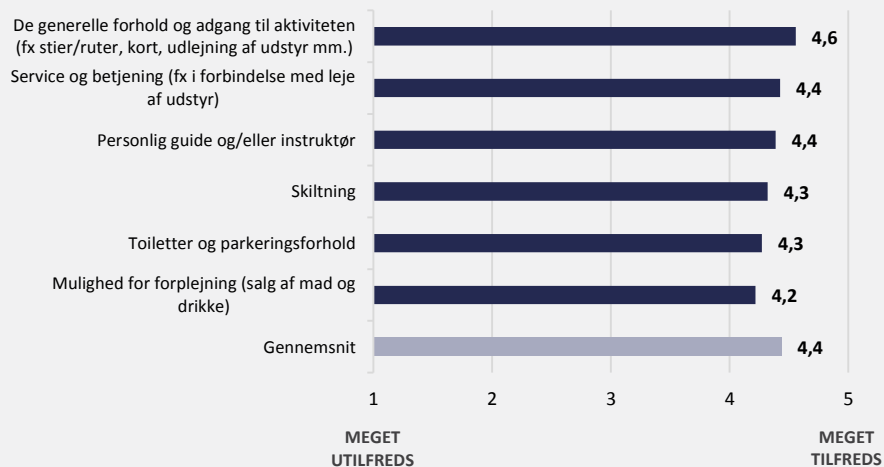
En stor andel af feriegæsterne har allerede udøvet eller forventer at udøve udendørsaktiviteter under deres ophold. Dem, som allerede har udøvet udendørsaktiviteter, er overordnet set tilfredse med forholdene vedrørende udendørsaktiviteter. Feriegæsterne vurderer dog de generelle forhold og adgang til aktiviteterne højest, mens muligheden for forplejning i forbindelse med aktiviteterne vurderes lavest. Yderligere analyse af udendørsaktiviteterne kommer senere i et særskilt afsnit for sig selv.

HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE NOGLE UDENDØRSAKTIVITETER UNDER DIT OPHOLD?



(n=9374)

HVAD ER DIN SAMLEDE VURDERING AF UDENDØRSAKTIVITETERNE DU HAR UDØVET PÅ NEDENSTÅENDE FORHOLD?



(n=638-4017)

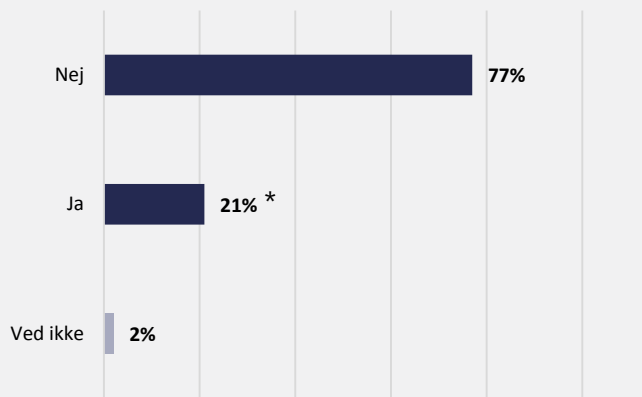


TILFREDSHED MED TURISTINFORMATION

DET ER ISÆR FERIEGÆSTERNE FRA HOLLAND OG TYSKLAND SOM HAR BENYTTET SIG AF TURISTINFORMATION UNDER DERES OPHOLD

Cirka en femtedel af feriegæsterne har overordnet set benyttet sig af turistinformationen i området. På tværs af nationalitet ses det, at det især er feriegæster fra Holland og Tyskland, som benytter sig af turistinformation, mens feriegæster fra henholdsvis Danmark og Norge i mindre grad benytter sig af det. Feriegæsterne er generelt tilfredse med turistinformationen i området – særligt feriegæsterne fra Tyskland og Norge, mens de danske feriegæster har vurderet det en anelse lavere, hvilket formentlig hænger sammen med, at de ikke har haft et ligeså stort behov for turistinformation. Analyserne viser ydermere, at behovet for turistinformation især hænger sammen med opholdslængden – jo længere opholdslængde feriegæsterne har, desto mere har de benyttet sig af turistinformationen.

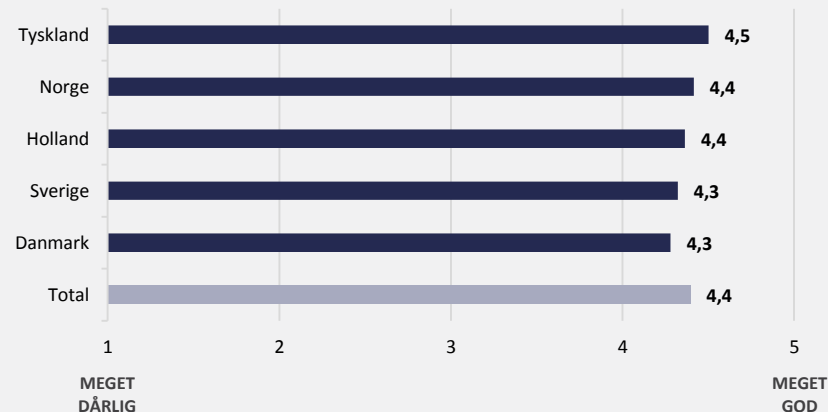
HAR DU BENYTTET DIG AF TURISTINFORMATION UNDER DIT OPHOLD? – ANDEL DER HAR SVARET JA PÅ TVÆRS AF NATIONALITET



(n=262-9374)



HVOR TILFREDS ER DU MED TURISTINFORMATIONEN I OMRÅDET?



(n=90-1943)

* NB: GRUNDET STORE FORSKELLE I RESPONDENTANTAL ER DATA IKKE BRUDT NED PÅ FERIESTEDSNIVEAU PÅ SPØRGSMÅLET OM TILFREDSHED MED TURISTINFORMATION I OMRÅDET.

BEDST BEDØMTE FERIESTEDER

SKAGEN SAMT HIRTSHALS/TVERSTED VURDERES HØJT PÅ FLERE FORSKELLIGE PARAMETRE

Tabellerne nedenfor viser de fem bedst bedømte feriesteder i forhold til tilfredsheden med de forskellige parametre. Af tabellerne fremgår det, at Skagen, Hirtshals/Tversted samt Ribe er blandt de bedst bedømte feriesteder indenfor flere af delementerne. Skagen samt Hirtshals/Tversted ligger fx som de to bedst bedømte feriesteder i forhold til både overnatningsstedet, naturen og spisestederne. At disse feriesteder ligger så godt placeret på så mange parametre, kan til dels forklares ved de feriegæster, som besøger området. De består i høj grad af loyale gengangere, som må forventes at have en vis forkærlighed og loyalitet til stederne. Til sammenligning har andre feriesteder som Blåvand, Fanø, Henne, Søndervig og Hvide Sande ligeledes en høj andel af gengangere.

	TILFREDSHED MED OVERNATINGSSTEDET	TILFREDSHED MED NATUREN	TILFREDSHED MED ATTRAKTIONER OG OPLEVESESTILBUD	TILFREDSHED MED SPISESTEDERNE	TILFREDSHED MED UDENDØRSAKTIVITETER
SKAGEN	5,0	5,0	5,0	5,0	
HIRTSHALS/TVERSTED	4,8	4,9	4,9	4,8	4,9
RIBE	4,8	4,8	4,8		
BILLUND	4,6		4,9		
LØNSTRUP	4,6			4,5	
FANØ		4,8			
BORK OG RINGKØBING		4,9			
SØNDERBORG			4,7	4,6	
LØKKEN				4,5	4,9
HVIDE SANDE					4,8
SØNDERVIG					4,8
HENNE					4,8
BLÅVAND					

LAVEST BEDØMTE FERIESTEDER

LANGELAND, AABENRAA OG HADERSLEV VURDERES LAVERE PÅ FLERE FORSKELLIGE FORHOLD

Tabellerne nedenfor viser de fem lavest bedømte feriesteder i forhold til tilfredsheden med de forskellige parametre. Af tabellerne fremgår det, at Langeland, Aabenraa og Haderslev er blandt de lavest bedømte feriesteder indenfor flere af forholdene. Langeland vurderes fx lavest i forhold til overnattingsstedet, mens Haderslev vurderes lavest i henhold til både naturen, attraktioner og oplevelsestilbud samt udendørsaktiviteter.

	TILFREDSHED MED OVERNATTINGSSTEDET	TILFREDSHED MED NATUREN	TILFREDSHED MED ATTRAKTIONER OG OPLEVESESTILBUD	TILFREDSHED MED SPISESTEDERNE	TILFREDSHED MED UDENDØRSAKTIVITETER
LANGELAND	4,2	4,2	4,0		4,0
AABENRAA	4,2	4,2	4,0		4,0
HANSTHOLM/KLITMØLLER/ VORUPØR	4,3		4,2		
ALLINGE/SANDVIG	4,3		4,2		
HADERSLEV	4,3	4,1	3,9	4,0	3,8
SILKEBORG		4,3			4,0
MØN		4,4			
THORSMINDE OG VEDERSØ KLIT				3,9	
SØNDERVIG				3,9	
BORK OG RINGKØBING				3,9	
HENNE				3,9	
SVENDBORG					3,8

A photograph of a man and a woman standing on a rocky shore with their bicycles. The man is wearing a red t-shirt and a blue helmet, and the woman is wearing a pink top and a red helmet. They are both looking towards the right. The background shows a calm sea and a hazy sky at sunset or sunrise. Two white horizontal lines are positioned above and below the main title text.

UDENDØRSAKTIVITETER

TILFREDSHED OG UDØVELSE AF UDENDØRSAKTIVITETER

I følgende afsnit beskrives feriegæsternes udøvelse af og tilfredshed med forhold omkring udendørsaktiviteter på feriestederne.



UDØVELSE AF AKTIVITETER PÅ FERIESTEDERNE

Der er generelt stor forskel feriestederne i mellem i henhold til, hvor stor en andel af deres feriegæster, der udøver udendørsaktiviteter, hvilket der kan være mange forskellige årsager til – alt fra de fysiske forhold i henhold til muligheden for udbud af aktiviteter, til fokus på promovering og udbud af aktiviteter.



TILFREDSHED MED AKTIVITETER

Udendørsaktiviteter er generelt en vigtig del af oplevelsesproduktet for feriegæsterne i undersøgelsen. Generelt er feriegæsterne meget tilfredse med de aktiviteter, de har udøvet. Størst er tilfredsheden hos dem, der har spillet golf, reddet på hest og/eller surfet på ferien. Lavest er tilfredsheden hos dem, der har dykket/snorklet og/eller dyrket lystsejlad. En nærmere analyse af data viser, at det for dem, der har dyrket dykning/snorkling og/eller lystsejlad, særligt er forhold omkring muligheden for forplejning, toiletter og parkeringsforhold samt skiltning, der er mindst tilfredshed med.



TILFREDSHED MED FERIESTEDER I HENHOLD TIL AKTIVITETER

På tværs af feriesteder ses en væsentlig forskel i vurderingen af udendørsaktiviteter, som er udøvet blandt feriegæsterne. De steder, hvor tilfredsheden er størst er Hirtshals/Tversted samt Løkken. Mens tilfredsheden er lavest i Svendborg og Haderslev. Som beskrevet, er det individuelt, hvad de enkelte steder både kan tilbyde i henhold til udendørsaktiviteter, og hvorvidt man har fokus på det som en del af områdets oplevelsesudbud



TIDSFORBRUG PÅ UDENDØRSAKTIVITETER

I angivelsen af, hvor lang tid feriegæsterne forventer at bruge på de aktiviteter, de dyrker under ferien, fremgår det, at de mest udbredte aktiviteter ikke nødvendigvis er dem, der benyttes mest tid på. Tværtimod er det de mere specialiserede aktiviteter, som får mest dedikeret tid på ferien, såsom lystsejlad, surfing, dykning, kajaksejlad og mountainbike. Dette hænger sandsynligvis sammen med, at disse aktiviteter ofte dyrkes af folk, der har en særlig passion eller interesse for disse aktiviteter, som således dedikerer en ferie til dette. Specifikt for lystsejlad kan det også være en faktor, at denne aktivitet i sig selv kan udgøre en ferie- og overnatningsform. De mere almindelige aktiviteter som gåture og cykling fylder en mindre del af ferien, men udøves så til gengæld af langt flere.



UDØVELSE AF AKTIVITETER FOR DIVERSE MÅLGRUPPER

Der ses generelt ikke den store forskel på, hvilke aktiviteter der udøves på tværs af nationalitet i undersøgelsen. Langt de fleste nationaliteter går kortere og længere ture og cykler. Der ses dog en tendens til, at hollænderne i højere grad end andre tager på de længere vandreture, dyrker lystfiskeri og kigger på fugle. Svenskerne har en tendens til at udøve de almindelige aktiviteter i lidt mindre grad end andre – til gengæld udøver de i lidt højere grad golf end andre nationaliteter.

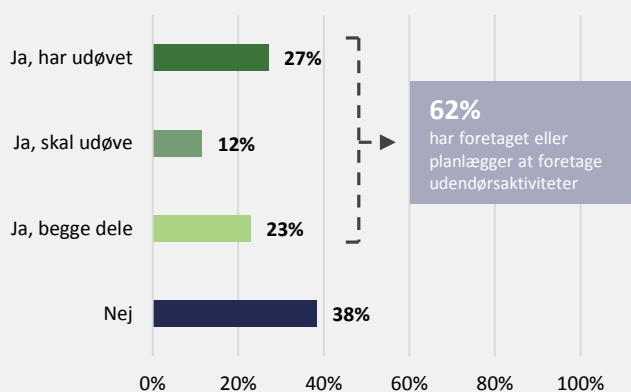
I henhold til aldersgrupperne ses omvendt en forskel på mange aktiviteter. De helt unge (15-24 år) foretager i mindre grad de mest udbredte aktiviteter (gåture og cykling) i forhold til de lidt ældre. Den unge gruppe (15-24 år) er dog dem, der i særlig grad dyrker de lidt mere specialiserede aktiviteter som surfing, strandsport, lystsejlad, kajaksejlad og kano. Den ældre gruppe (65+ år) gør sig særligt bemærket i henhold til at kigge på fugle og spille golf.

Ser man på udendørsaktiviteter i henhold til rejsegruppe er der tydeligt nogle aktiviteter, der dyrkes mere af særlige personsammensætninger end andre. Langt de fleste aktiviteter dyrkes af personer, der rejser med andre, og det er således få aktiviteter som i høj grad dyrkes af folk, der rejser alene. Aktiviteterne, der dyrkes af folk, der rejser med familie er relativt set jævnt spredt over de forskellige typer af aktiviteter. At kigge på fugle og at spille golf er særligt udbredt hos dem, der rejser i par. Surfing er særligt udbredt hos dem, der rejser på venneferie. Det skal understreges, at rejsegruppen ikke nødvendigvis afspejler, hvem man dyrker aktiviteterne med.

UDØVELSE AF UDENDØRSAKTIVITETER PÅ FERIE

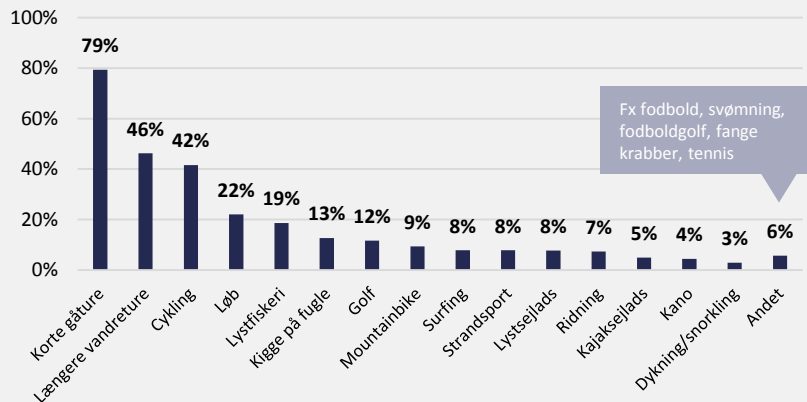
Som tidligere beskrevet er der 62% af feriegæsterne, der har og/eller forventer at udøve udendørsaktiviteter i forbindelse med deres ferie. 38% forventer således ikke at udøve nogen form for udendørsaktiviteter under ferien. Den type aktivitet som flest udøver i forbindelse med ferien er de mest almindelige aktiviteter, som de fleste kender og kan foretage sig uden et særligt forhåndskendskab eller øvelse. Dette er gåture – særligt korte men også de længere vandreture – og cykling. De andre aktiviteter foretages i mindre grad, men er netop også aktiviteter som ofte kræver en særlig interesse, øvelse eller konditionsniveau og derfor primært vil henvende sig til et særligt interessesegment.

HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE NOGLE UDENDØRSAKTIVITETER UNDER DIT OPHOLD



(n=9374)

HVILKE AF FØLGENDE UDENDØRSAKTIVITETER HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE UNDER DIT OPHOLD?

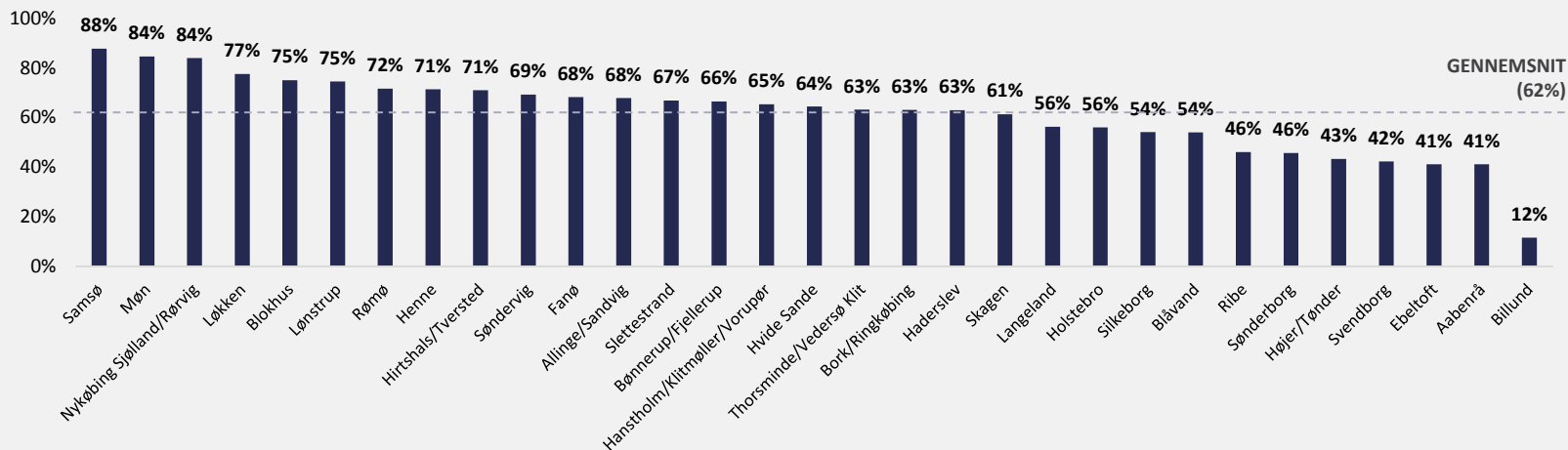


(n=5775)

UDØVELSE PÅ TVÆRS AF FERIESTEDERNE

Af nedenstående graf fremgår det, at nogle feriesteder har flere feriegæster, der udøver udendørsaktiviteter end andre – og at der er stor forskel feriestederne i mellem i henhold til dette. Dog har langt de fleste feriesteder en væsentlig andel af gæster, der enten har eller forventer at udøve udendørsaktiviteter. Når nogle feriesteder placerer sig under gennemsnittet kan det skyldes flere ting – eksempelvis at stedet ikke i særlig høj grad har fokus på denne type aktivitet som en del af deres oplevelsestilbud, som fx Billund hvor mange primært vil komme pga. attraktionsudbuddet og i mindre grad pga. muligheden for fysiske udendørsaktiviteter (ikke at det ene nødvendigvis udelukker det andet). Det kan også skyldes, at feriestedet ikke er dygtige nok til at gøre opmærksom på, hvilke muligheder området rummer i forhold til dette – eller at det aktivitetsudbud, der er der, ikke er tilfredsstillende nok. Dette vil blive uddybet på de følgende sider.

HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE NOGLE UDENDØRSAKTIVITETER UNDER DIT OPHOLD? - ANDEL SOM HAR UDØVET, SKAL UDØVE ELLER BEGGE DELE.

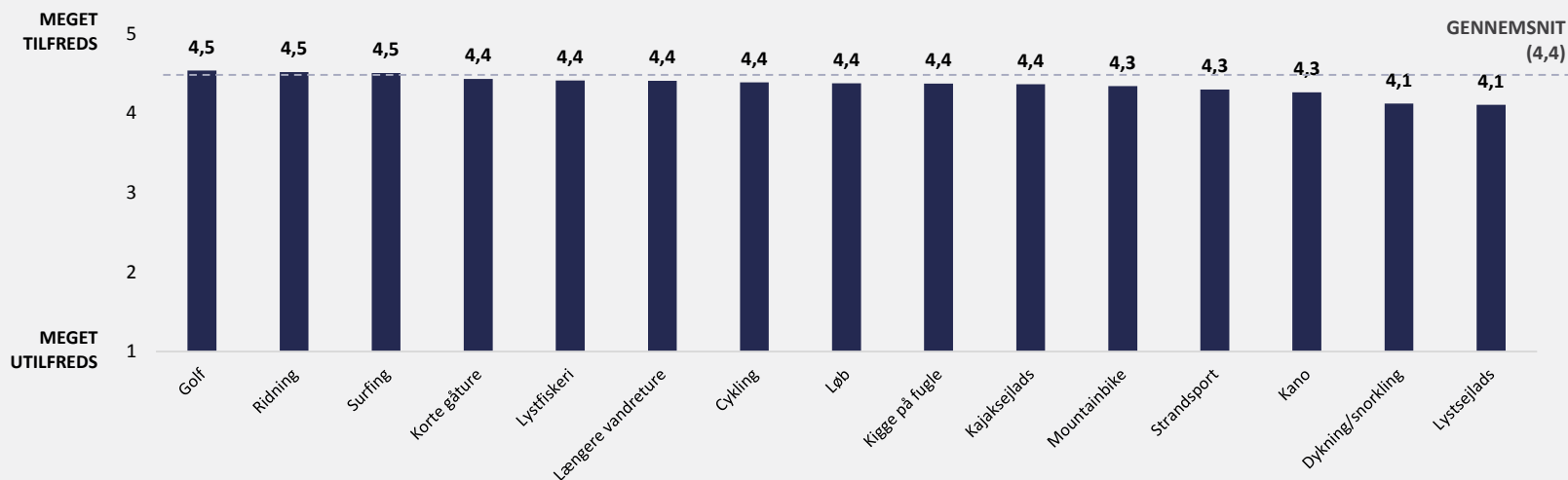


(n=294-313)

VURDERING AF UDENDØRSAKTIVITETER PÅ TVÆRS AF AKTIVITETSTYPE

Generelt er feriegæsterne meget tilfredse med de aktiviteter, de har udøvet på tværs af forhold omkring aktiviteterne. Størst er tilfredsheden for dem, der har spillet golf, reddet på hest og/eller surfet på ferien, i det tilfredsheden med disse aktiviteter placerer sig over gennemsnittet. Lavest er tilfredsheden hos dem, der har dykket/snorklet og/eller dyrket lystsejls. At sommerens vejrforhold kan have en indvirkning herpå, er ikke at afvise.

HVAD ER DIN SAMLEDE VURDERING AF UDENDØRSAKTIVITETERNE DU HAR UDØVET? – GENNEMSIT PÅ TVÆRS AF FORHOLD

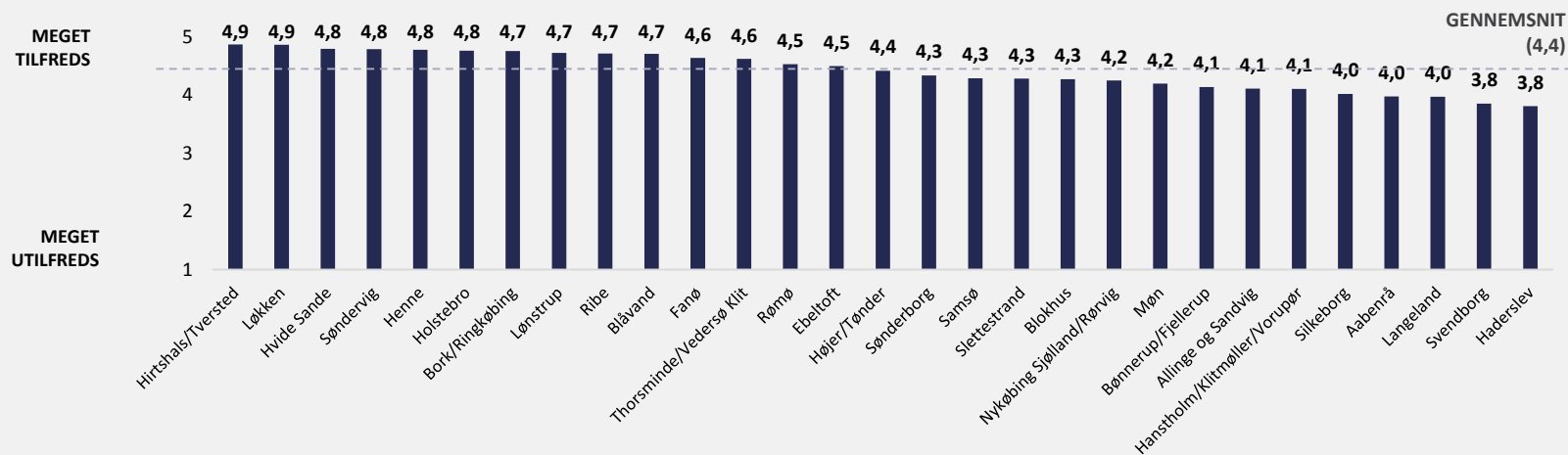


(n=145-3271)

VURDERING AF UDENDØRSAKTIVITETER PÅ TVÆRS AF FERIESTEDERNE

På tværs af feriesteder ses blandt feriegæsterne en væsentlig forskel i vurderingen af udendørsaktiviteter, som er udøvet. Det er særligt de feriesteder som har en tilfredshedsscore, der ligger under gennemsnittet, der kan gøre en forskel ved at have fokus på optimering af forhold omkring udendørsaktiviteter, hvis det skal have en indvirkning på anbefalingsvilligheden. Som tidligere beskrevet er det individuelt, hvad de enkelte steder både kan tilbyde i henhold til udendørsaktiviteter og, hvorvidt man har fokus på det som en del af områdets oplevelsesudbud. Det er således en vurdering, der ligger hos det enkelte feriested.

HVAD ER DIN SAMLEDE VURDERING AF UDENDØRSAKTIVITETERNE DU HAR UDØVET? – GENNEMSNIET PÅ TVÆRS AF FORHOLD

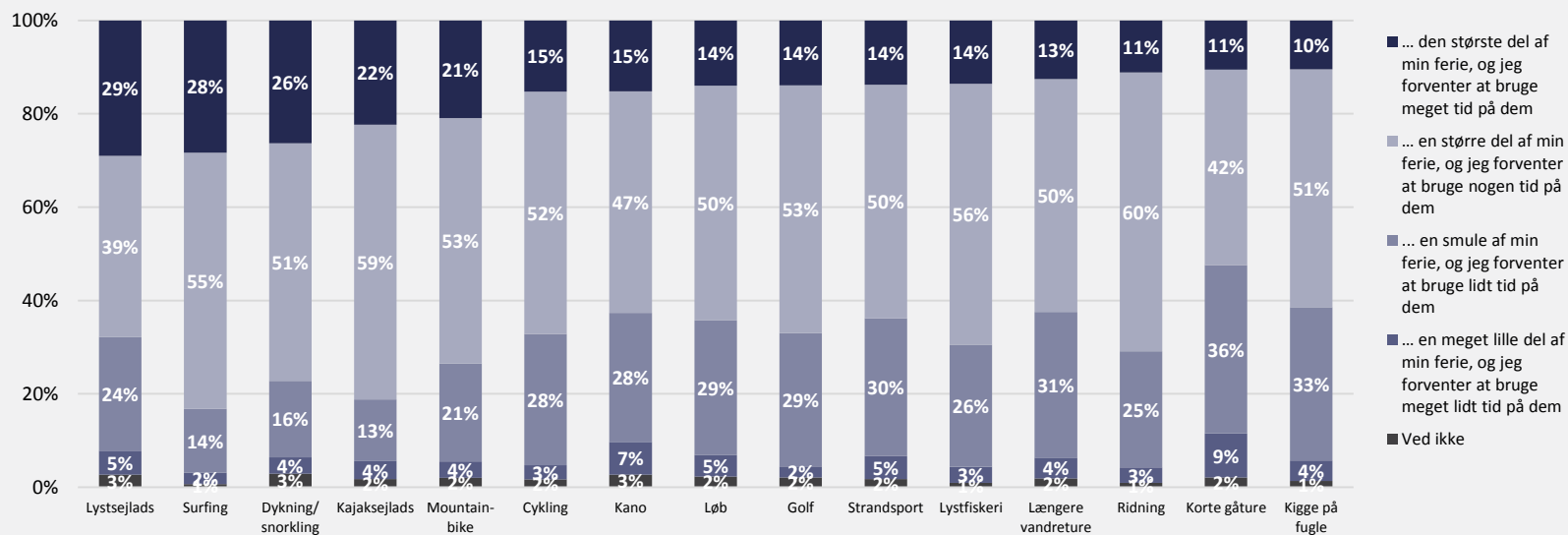


(n=50-204)

UDENDØRSAKTIVITETERNES OMFANG

I angivelsen af, hvor lang tid feriegæsterne forventer at bruge på de aktiviteter, de dyrker under ferien, fremgår det, at de mest udbredte aktiviteter ikke nødvendigvis er dem, der benyttes mest tid på. Tværtimod er det de mere specialiserede aktiviteter, som får dedikeret mest tid på ferien, såsom lystsejlsads, surfing, dykning, kajaksejlsads og mountainbike. Dette hænger sandsynligvis sammen med, at disse aktiviteter ofte dyrkes af folk, der har en særlig passion eller interesse for disse aktiviteter, og som således dedikerer en ferie til dette. Specifikt for lystsejlsads kan det også være en faktor, at denne aktivitet i sig selv kan udgøre en ferie- og overnatningsform. Disse vil med al sandsynlighed også vælge et feriested, hvor de med sikkerhed ved, at man tilbyder gode forhold og muligheder for at dyrke denne aktivitet. De mere almindelige aktiviteter som gåture og cykling fylder en mindre del af ferien, men udøves så til gengæld af langt flere som tidligere beskrevet.

HVOR MEGET TID FORVENTER DU ALT I ALT AT BRUGE PÅ DE UDENDØRSAKTIVITETER SOM DU ENTEN HAR ELLER FORVENTER AT UDØVE UNDER DIT OPHOLD?



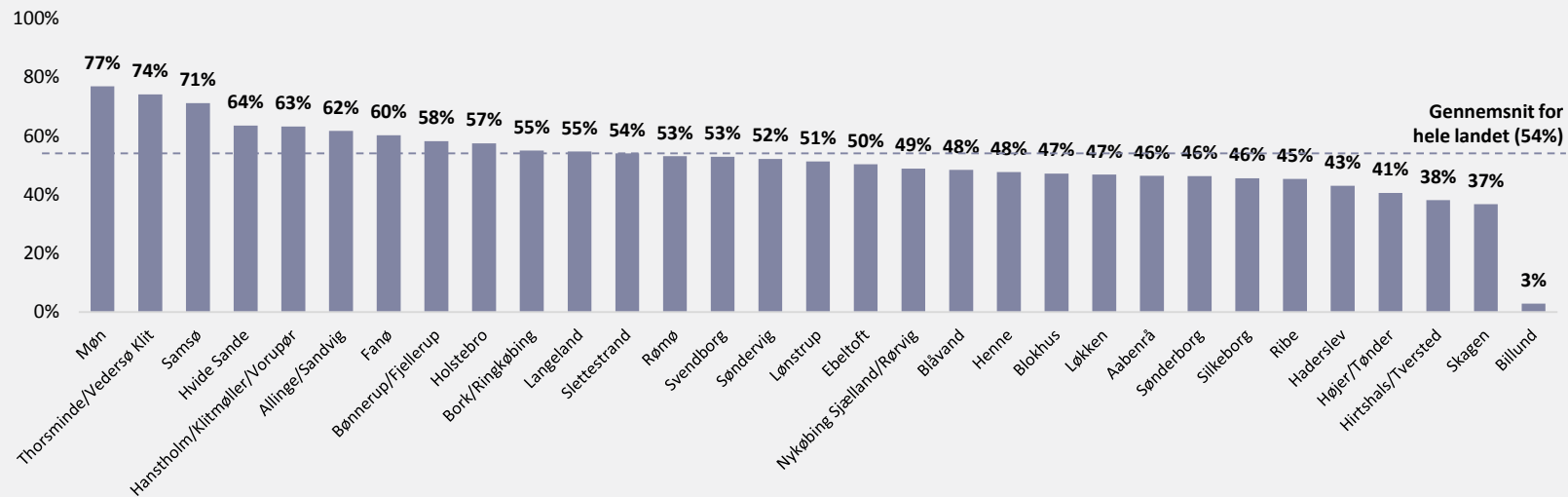
(n=171-4580)

UDENDØRSAKTIVITETERNES OMFANG FORDELT PÅ FERIESTED

DER ER STOR FORSKEL PÅ, HVOR MEGET UDENDØRSAKTIVITETERNE FYLDER PÅ DE ENKELTE FERIESTEDER

I grafen nedenfor fremgår det, hvor stor en andel af de feriegæster i undersøgelsen, som foretager udendørsaktiviteter, der forventer, at aktiviteten kommer til at fylde den største eller en større del af deres ferie. Figuren afspejler således, hvilke feriesteder der har en høj andel af feriegæster, hvor udendørsaktiviteterne fylder meget af ferien. Det er især Møn, Thorsminde/Vedersø Klit og Samsø, der har en høj andel af feriegæster, hvor udendørsaktiviteter fylder meget af deres ferie.

HVOR MEGET TID FORVENTER DU ALT I ALT AT BRUGE PÅ DE UDENDØRSAKTIVITETER SOM DU ENTEN HAR ELLER FORVENTER AT UDØVE UNDER DIT OPHOLD? – ANDEL SOM HAR SVARET AT DET KOMMER TIL AT FYLDE DEN STØRSTE ELLER EN STØRRE DEL AF FERIE

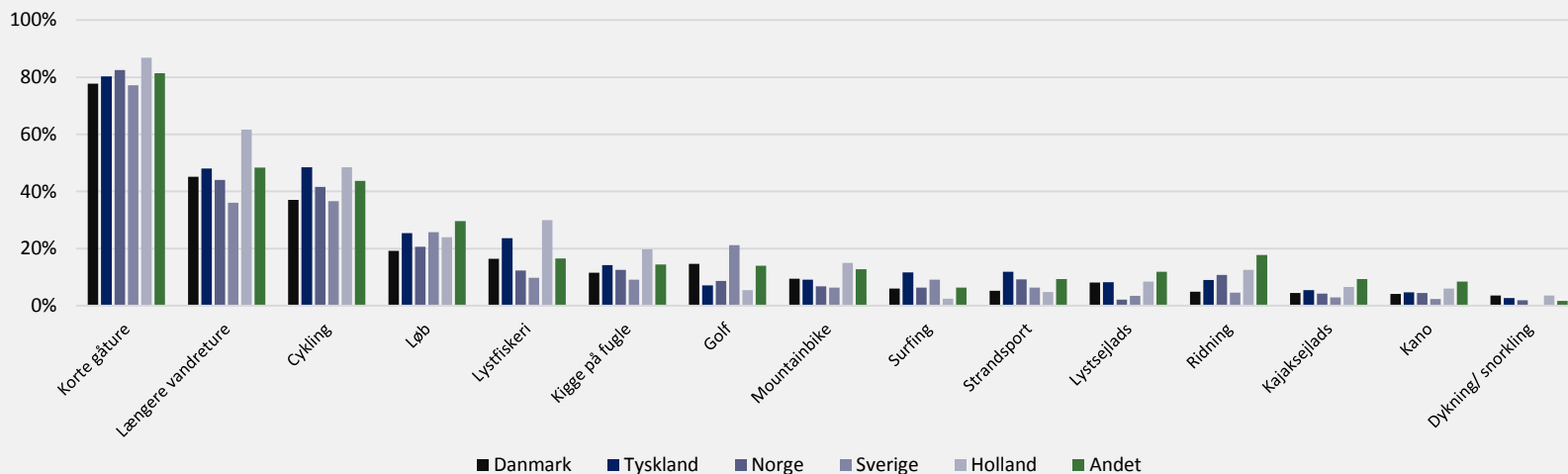


(n=133-5775)

UDENDØRSAKTIVITETER PÅ TVÆRS AF NATIONALITET

Der ses generelt ikke den store forskel på, hvilke aktiviteter der udøves på tværs af nationalitet i undersøgelsen. Langt de fleste nationaliteter går kortere og længere ture og cykler. Der ses dog en tendens til, at hollænderne i højere grad end andre tager på de længere vandreture, dyrker lystfiskeri og/eller kigger på fugle. Svenskerne har en tendens til at udøve de almindelige aktiviteter i lidt mindre grad end andre – til gengæld udøver de i lidt højere grad golf end andre nationaliteter. Hos de andre nationaliteter er der ikke nævneværdige udsving i aktiviteter.

HVILKE AF FØLGENDE UDENDØRSAKTIVITETER HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE UNDER DIT OPHOLD?

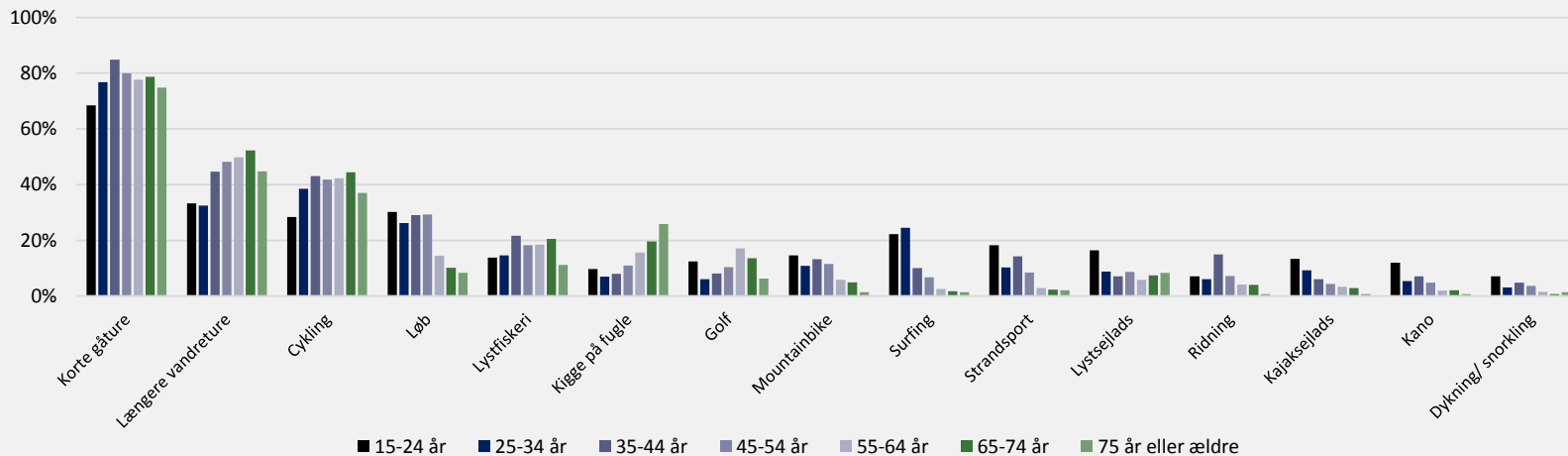


(n=167-2958)

UDENDØRSAKTIVITETER PÅ TVÆRS AF ALDER

Ser man på, hvordan aldersgrupperne fordeler sig i henhold til aktivitetstyper, ses en forskel på mange aktiviteter. De helt unge foretager i mindre grad de mest udbredte aktiviteter (gåture og cykling) i forhold til de lidt ældre. Den unge gruppe er dog dem, der i særlig grad dyrker de lidt mere specialiserede aktiviteter som surfing, strandsport, lystsejls, kajaksejls og kano. Den ældre gruppe gør sig særligt bemærket i henhold til at kigge på fugle og spille golf. Middelgruppen (35-54 år) stikker ikke særligt ud ved nogen aktiviteter, men er pænt repræsenteret ved langt de fleste aktiviteter.

HVILKE AF FØLGENDE UDENDØRSAKTIVITETER HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE UNDER DIT OPHOLD?

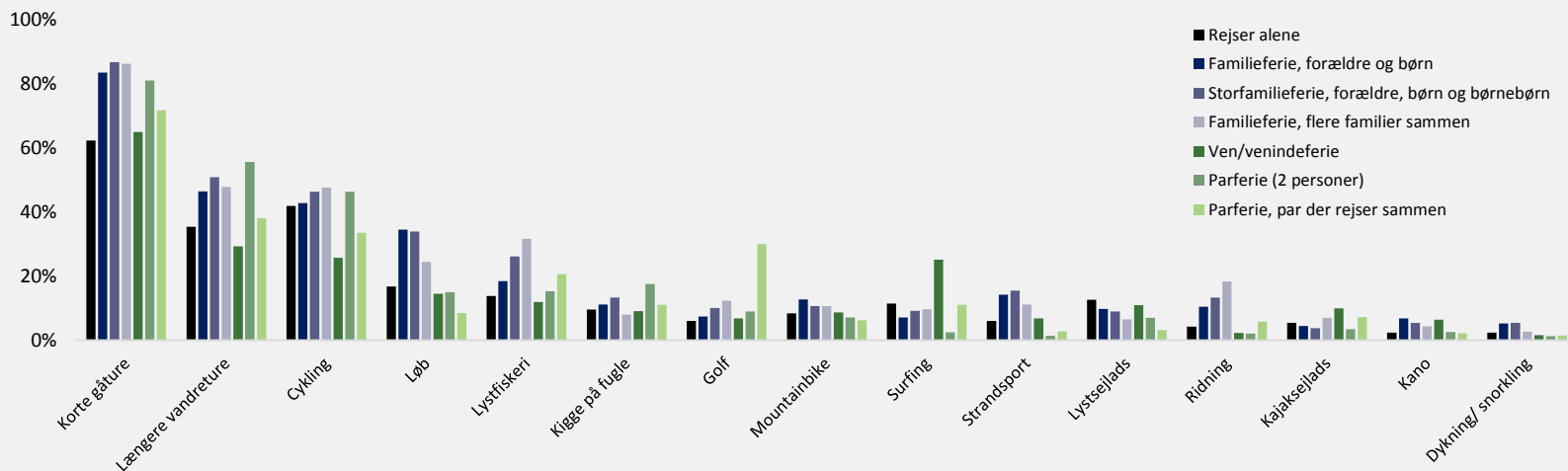


(n=143-1478)

UDENDØRSAKTIVITETER PÅ TVÆRS AF REJSEGRUPPE

Ser man på udendørsaktiviteter i henhold til rejsegruppe er der tydeligt nogle aktiviteter, der dyrkes mere af særlige rejsegruppe-sammensætninger end andre. Langt de fleste aktiviteter dyrkes af folk, der rejser sammen med andre, og det er således få aktiviteter, som i høj grad dyrkes af folk, der rejser alene. Aktiviteterne, der dyrkes af folk, der rejser med familie (uanset familietype) er relativt set jævnt spredt over de forskellige typer af aktiviteter. At kigge på fugle og at spille golf er særligt udbredt hos dem, der rejser i par, mens surfing er særligt udbredt hos dem, der rejser på venneferie. Det skal understreges, at rejsegruppen ikke nødvendigvis afspejler, hvem man dyrker aktiviteterne med.

HVILKE AF FØLGENDE UDENDØRSAKTIVITETER HAR DU ALLEREDE UDØVET ELLER FORVENTER DU AT UDØVE UNDER DIT OPHOLD?



(n=167-1739)

An aerial photograph of a coastline. The left side shows dark green water, while the right side shows a sandy beach and a grassy dune area. A paraglider with a blue and orange canopy is visible in the sky. The title 'UDVALGTE MÅLGRUPPER' is centered over the image, flanked by two horizontal white lines.

UDVALGTE MÅLGRUPPER

HVAD KENDETEGNER MÅLGRUPPERNE?

I følgende afsnit beskrives fem målgrupper på centrale parametre. Disse grupper er særligt interessante at få indblik i, da de på afgørende parametre i henhold til bl.a. tilfredshed adskiller sig fra gennemsnittet. Det skal her igen påpeges at de tal, der gengives, kun er gældende for gæstesammensætningen i denne undersøgelse og er ikke nødvendigvis et udtryk for den faktiske gæstesammensætning i Danmark. Dette er følgende målgrupper: Tyske feriegæster, feriegæster med børn, førstegangsbesøgende, gengangere samt gæster med et bredt forbrug af udendørsaktiviteter. Der er et overlap mellem de forskellige målgrupper, der beskrives i rapporten. Dvs. at de ikke er gensidigt udelukkende (bortset fra førstegangsbesøgende og gengangere). En turist kan således både tilhøre målgruppen tysk feriegæst, genganger, børnefamilie og særligt aktiv udendørsdøver. Når målgrupperne beskrives, er det en måde at opdele, anskue og forstå hele mængden af feriegæster i undersøgelsen på, idet nogle grupper har flere fællestræk end andre.



TYSKE FERIEGÆSTER

De tyske feriegæster i undersøgelsen er generelt tilfredse med feriestedet, som de har besøgt, ligesom de også er meget anbefalingsvillige. De er mest tilfredse med de danske strande og kyster samt de særlige naturområder. Sammenlignet med de øvrige feriegæster er de en anelse mere tilfredse med turistinformationen samt parkeringsmulighederne under deres ferieophold. Omvendt er de væsentlig mere utilfredse med prisen i forhold til kvaliteten, ligesom de også vurderer bymiljøerne lavere. Ca. en fjerdedel af de tyske feriegæster i undersøgelsen er førstegangsbesøgende, ligesom samme andel har besøgt feriestedet mere end 10 gange. Størstedelen af de tyske feriegæster i undersøgelsen rejser desuden på familieferie og cirka en fjerdedel rejser på parferie uden andre. Interessant er desuden, at knap 2/5 har været på parferie, hvor de er flere par, der rejser sammen. Denne andel er væsentligt højere end for de øvrige feriegæster i undersøgelsen.



FERIEGÆSTER MED BØRN

Børnefamilierne i undersøgelsen er lidt mere kritiske i deres vurdering af feriestederne sammenlignet med øvrige feriegæster – dog ikke så kritiske som førstegangsbesøgende. Sammenlignet med de øvrige feriegæster ligger deres gennemsnitlige tilfredshed på et middelniveau, og deres anbefalingsvillighed er en anelse lavere. Cirka 1/4 af feriegæsterne med børn i undersøgelsen er førstegangsbesøgende, mens omkring 1/3 har besøgt feriestedet mere end 10 gange tidligere. De er særligt tilfredse med strande og kyster samt de særlige naturområder. Sammenlignet med de øvrige feriegæster er de mindre tilfredse med attraktioner og oplevelsescentre i området, samt butikker og shopping.



FØRSTEGANGSBESØGENDE OG GENGANGERE

Ca. halvdelen af feriegæsterne er førstegangsbesøgende. De er væsentligt mindre tilfredse og anbefalingsvillige sammenlignet med gengangerne. De er, ligesom de øvrige feriegæster, mindst tilfredse med prisen i forhold til kvaliteten samt vejret. Yderligere er de også væsentligt mindre tilfredse med badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden og lidt mindre tilfredse med feriestedernes butikker og muligheder for shopping.

Størstedelen af de førstegangsbesøgende i undersøgelsen har hørt om feriestedet fra deres venner, familie og bekendte. Omkring 4 ud af 10 af de førstegangsbesøgende i undersøgelsen rejser på familieferie (forældre og børn), hvilket i høj grad hænger sammen med, at mange børnefamilier også er førstegangsbesøgende.

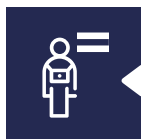
Blandt gengangerne i undersøgelsen har over 4 ud af 10 besøgt feriestedet mere end 10 gange tidligere, og der er således tale om en meget loyal målgruppe, der er meget villig til at vende tilbage gang på gang. Gruppens anbefalingsvillighed er ligeledes generelt høj. Gengangerne er især at finde i Skagen samt langs den danske Vestkyst, hvor flere feriesteder har over 4/5 genbesøgende. De overnatter primært i lejet feriehus eller på campingpladser. Derudover er gengangere typisk på parferie, hvor de kun rejser to personer sammen, mens lidt over en fjerdedel rejser på familieferie. De er generelt tilfredse med samme forhold, som de øvrige feriegæster dog med mindre variationer. Sammenlignet med de øvrige gæster vurderer de badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden, samt information og service i forbindelse med overnatning lidt højere og andre aktivitetstilbud lidt lavere.



GÆSTER MED ET BREDT FORBRUG AF UDENDØRSAKTIVITETER

Gæster med et bredt forbrug af udendørsaktiviteter er defineret ved, at de minimum har foretaget fire udendørsaktiviteter i forbindelse med deres ferie. De er særligt kendetegnede ved, at de er den mest tilfredse og anbefalingsvillige målgruppe. Omkring 4 ud af 10 af disse gæster har besøgt det specifikke feriested mere end 10 gange tidligere, hvilket også hænger sammen med deres høje anbefalingsvillighed. Ca. 8 ud af 10 af disse gæster i undersøgelsen er gengangere, og godt halvdelen udgør børnefamilier – de overlapper således væsentligt med de øvrige målgrupper. De overnatter typisk i lejede feriehus, men over en femtedel overnatter også i eget eller lånt feriehus. Målgruppen især tilfreds med naturforhold og venligheden fra befolkningen, hvor pris i forhold til kvalitet og vejret har været mindre tilfredsstillende. De har dog i højere grad været tilfredse med badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden samt turistinformationen.

TYSKE FERIEGÆSTER



Cirka 29% af de adspurgte feriegæster er tyske feriegæster. De tyske feriegæster besøger i høj grad kystbyerne langs den danske vestkyst, hvor de hovedsageligt overnatter i lejet feriehus eller på campingpladser.

De tyske feriegæster er generelt tilfredse med det feriested, de har besøgt, ligesom de også er meget anbefalingsvillige. Over 8 ud af 10 vil i meget høj grad anbefale det besøgte feriested til familie eller venner og kan dermed karakteriseres som ambassadører.

Omkring en fjerdedel af de tyske feriegæster er førstegangsbesøgende, ligesom nogenlunde samme andel har besøgt feriestedet mere end 10 gange. Størstedelen af de tyske feriegæster rejser desuden på familieferie – forældre sammen med deres børn – og cirka en fjerdedel rejser på parferie uden andre. Interessant er desuden, at omkring 18% af de tyske feriegæster har været på parferie,

hvor de er flere par, der rejser sammen. Denne andel er væsentligt højere end for de øvrige feriegæster. De tyske feriegæster er mest tilfredse med de danske strande og kyster samt de særlige naturområder. Sammenlignet med de øvrige feriegæster er de en anelse mere tilfredse med turistinformationen samt parkeringsmulighederne under deres ferieophold.

Omvendt er de væsentlig mere utilfredse med prisen i forhold til kvaliteten, ligesom de også vurderer bymiljøerne lavere.



SAMMENLIGNING MED ALLE FERIEGÆSTER

▲ > +5% ▲ + 2-5% ► ± 1% ▼ -2-5% ▼ - > 5%

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED



4,7/5 ▲
Gennemsnitlig tilfredshed med feriestedet



79 ▲
Net promoter score

FERIEGÆSTERNES KARAKTERISTIKA



24% ▲
Førstegangsbesøgende



22% ▼
Har besøgt mere end 10 gange



31% ▼
Familieferie, forældre og børn



24% ▼
Parferie (2 personer)

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED PÅ UDVALGTE PARAMETRE



4,5/5 ▲
Turistinformationen



4,4/5 ▲
Parkerings- muligheder



3,6/5 ▼
Pris i forhold til kvalitet



4,1/5 ▼
Bymiljøer

"Skøn natur, hyggelig by"
(Tysk turist, Nykøbing Sjælland)

"Alt er super, og vi har været på besøg i Blåvand, samt Oksbøl i div badelande og svømmehaller."
(Tysk turist, Henne)

"Campingpladsen med et venligt værtspar. Aktiviteter for børnene."
(Tysk turist, Ribe)

"Gode cykelruter. Dejlig strand"
(Tysk turist, Blåvand)

FERIEGÆSTER MED BØRN



Omkring 43% af de adspurgte feriegæster er børnefamilier, som rejser med børn i alderen 0-18 år. Børnefamilierne er især at finde i områderne omkring den nordjyske vestkyst samt i Billund og på Møn. Børnefamilierne overnatter ligesom de øvrige feriegæster også hovedsageligt i lejrt feriehus eller på campingpladser.



Selv om feriegæsterne, der rejser med børn, er tilfredse og anbefalingsvillige, er de en anelse mere kritiske i deres vurdering af feriestederne sammenlignet med de øvrige feriegæster. De er dog ikke ligeså kritiske som de førstegangsbesøgende (se næste side). Sammenlignet med de øvrige feriegæster ligger deres gennemsnitlige tilfredshed på et middelniveau, mens deres anbefalingsvillighed er en anelse lavere.



Børnefamilierne rejser primært på familieferie (forældre og børn), men cirka 16% rejser også som storfamilier, hvor forældre, børn og børnebørn rejser sammen. Derudover er cirka en fjerdedel af feriegæsterne med børn førstegangsbesøgende, mens omkring 30% har besøgt feriestedet mere end 10 gange tidligere.



feriegæsterne, der rejser med børn er mest tilfredse med feriestedernes strande og kyster samt de særlige naturområder. Sammenlignet med de øvrige feriegæster er de mindre tilfredse med attraktioner og oplevelsescentre i området, samt butikker og shopping.



SAMMENLIGNING MED ALLE FERIEGÆSTER

▲ > +5% ▲ +2-5% ▶ ± 1% ▼ -2-5% ▼ > -5%

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED



4,6/5 ▶

Gennemsnitlig tilfredshed med feriestedet



71 ▼

Net promoter score

FERIEGÆSTERNES KARAKTERISTIKA



26% ▲

Førstegangs-besøgende



30% ▼

Har besøgt mere end 10 gange



67% ▲

Familieferie, forældre og børn



16% ▲

Storfamilieferie, forældre, børn og børnebørn

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED PÅ UDVALGTE PARAMETRE



4,5/5 ▶

Områdets vedligeholdelse



3,6/5 ▼

Attraktioner og oplevelses-centre



4,2/5 ▶

Bymiljøer



4,0/5 ▼

Butikker og shopping

"Vores børn elsker at være her. Her er butikker, legemuligheder, spillemuligheder, så det er et sted, vi hygger os, og vi nyder bare at holde ferie."

(Tysk turist, Henne)

"Børnenes Dag i zoo og minigolf."

(Tysk turist, Blåvand)

"Hyggelig, mange muligheder/varieret udvalg. Rigtigt godt for alle i familien uanset hvad du vil (udendørs og indendørs)"

(Dansk turist, Silkeborg)

"Venligheden, natur, strand, gode aktivitetsmuligheder uanset om man er barn eller voksen"

(Tysk turist, Tversted)

"Super sted med børn, der er så mange muligheder for aktiviteter både på vand og på land."

(Dansk turist, Bork)

FØRSTEGANGSBESØGENDE



Omkring 22% af de adspurgte feriegæster er førstegangsbesøgende og er især at finde i Billund og på Møn, hvor cirka halvdelen af feriegæsterne er førstegangsbesøgende. De førstegangsbesøgende er primært udenlandske feriegæster, hvor cirka en tredjedel kommer fra Tyskland.



De førstegangsbesøgende er væsentligt mindre tilfredse og anbefalingsvillige sammenlignet med feriegæster, som har besøgt feriestederne tidligere. Mens cirka 63% af de førstegangsbesøgende kan karakteriseres som ambassadører, kan omkring 7% karakteriseres som kritikere, hvilket udleder en NPS på 56.



De førstegangsbesøgende er ligesom de øvrige feriegæster mindst tilfredse med prisen i forhold til kvaliteten samt vejret. Sammenlignet med de øvrige feriegæster, er de dog også lidt mindre tilfredse med badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden. Derudover er de også lidt mindre tilfredse med feriestedernes butikker og muligheder for shopping.



Størstedelen af de førstegangsbesøgende har hørt om feriestedet fra deres venner, familie og bekendte – og det er således positiv word-of-mouth, som har haft en afgørende rolle for deres besøg. Derudover er der også næsten en tredjedel, som er blevet bevidst om feriestedet via internettet.



Omkring 4 ud af 10 af de førstegangsbesøgende rejser på familieferie (forældre og børn), hvilket i høj grad hænger sammen med, at mange børnefamilier også er førstegangsbesøgende.

SAMMENLIGNING MED ALLE FERIEGÆSTER

▲ > +5% ▲ + 2-5% ▶ ± 1% ▼ -2-5% ▼ > -5%

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED



4,4/5 ▼

Gennemsnitlig tilfredshed med feriestedet



56 ▼

Net promoter score

FERIEGÆSTERNES KARAKTERISTIKA



37% ▲

Har hørt om feriestedet fra venner, familie og bekendte



31% ▲

Har hørt om feriestedet via internettet



40% ▲

Familieferie, forældre og børn



27% ▼

Par (2 personer)

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED PÅ UDVALGTE FAKTORER



4,4/5 ▲

Parkeringsmuligheder



4,3/5 ▶

Andre aktivitets-tilbud



4,2/5 ▼

Badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden



3,9/5 ▼

Butikker og shopping

"Vi blev overraskede, vi havde hørt fra venner, at vi skulle tage en tur ind til Ringkøbing. Vi har valgt en dag med dejligt vejr, så det er bare perfekt. Skøn by og glade gæster."
(Tysk turist, Ringkøbing)

"Her er bare super dejligt at være, og det er let at få en god naturoplevelse"
(Dansk turist, Allinge)

"Mangler at man kan købe is på stranden og låne parasoller/drømmesenge"
(Dansk turist, Nykøbing Sjælland)

"Vores første besøg, imponeret over naturen men ikke vejret."
(Dansk turist, Tversted)

"Der skulle være længere åbent i butikkerne. Alt er dødt efter kl. 18. Og man kan ikke få en drink et eneste sted om aftenen."
(Hollandsk turist, Ebeltoft)

GENGANGERE



Hele 78% af de adspurgte feriegæster er gengangere og har således besøgt det specifikke feriested tidligere. Blandt gengangerne har over 4 ud af 10 besøgt feriestedet mere end 10 gange tidligere, og der er således tale om en meget loyal målgruppe, der er meget villig til at vende tilbage gang på gang.



Denne kvalitet afspejler sig også i gruppens anbefalingsvillighed, som generelt er høj. Mens cirka 82% af gengangerne kan karakteriseres som ambassadører, er der kun 2%, som er kritikere, hvilket resulterer i en NPS på 80. Gengangerne er også generelt tilfredse med det specifikke feriested, de besøgte.



Gengangerne er især at finde i Skagen samt langs den danske Vestkyst, hvor flere feriestede har over 80% genbesøgende. De overnatter primært i lejet feriehus eller på campingpladser – men cirka 16% overnatter også i eget eller lånt feriehus, hvilket er højere end for de øvrige feriegæster. Derudover er gengangere typisk på parferie, hvor de kun rejser 2 personer sammen, mens lidt over en fjerdedel rejser på familieferie.



Gengangere er generelt tilfredse med samme forhold, som de øvrige feriegæster (strand og kyst, naturområder og generel venlighed fra befolkningen), ligesom forhold som prisniveau og vejret vurderes lavere. Sammenlignet med de øvrige gæster er der dog en smule variation i forhold til parametrene til højre, hvor de vurderer badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden, samt information og service i forbindelse med overnatning lidt højere – og andre aktivitetstilbud lidt lavere.



SAMMENLIGNING MED ALLE FERIEGÆSTER

▲ > +5% ▲ +2-5% ► ± 1% ▼ -2-5% ▼ > -5%

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED



4,7/5 ▲
Gennemsnitlig tilfredshed med feriestedet



80 ▲
Net promoter score

FERIEGÆSTERNES KARAKTERISTIKA



16% ▲
Overnatter i eget eller lånt feriehus



42% ▲
Har besøgt mere end 10 gange



27% ▼
Familieferie, forældre og børn



31% ►
Parferie (2 personer)

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED PÅ UDVALGTE PARAMETRE



4,5/5 ▲
Badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden



4,6/5 ▲
Information og service fra personalet (overnatning)



4,3/5 ►
Parkerings-muligheder



4,2/5 ▼
Andre aktivitetstilbud

"Kommet her i mange år, nyder naturen, udsigten over vandet og gågaden"
(Dansk turist, Nykøbing Sjælland)

"Elsker området, er kommet her med familien gennem mange år."
(Dansk turist, Rørvig)

"Kommet her tidligere, og vi elsker at komme til Søndervig, der sker noget her."
(Tysk turist, Søndervig)

"Kommet her gennem mange år, så selvfølgelig vil jeg anbefale, naturen, golfbanen, stranden, cykelruterne, Tirpitz osv"
(Tysk turist, Blåvand)

GÆSTER MED ET BREDT FORBRUG AF UDENDØRSAKTIVITETER



Gæster med et bredt forbrug af udendørsaktiviteter er defineret ved, at de minimum har foretaget 4 udendørsaktiviteter i forbindelse med deres ophold. Det er en generel tendens, at korte gåture, cykling og længere vandreture er i top 3 blandt de udøvede aktiviteter. Derudover er lystfiskeri og løb 4. og 5. mest udøvede aktiviteter for målgruppen – andelen, der udøver disse aktiviteter, varierer kraftigt fra feriested til feriested. Gruppen udgør omkring 18% af de adspurgte feriegæster.



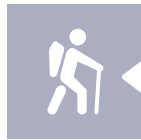
Cirka 8 ud af 10 af gruppen er gengangere og omkring 55% udgør børnefamilier – de overlapper således væsentligt med de øvrige målgrupper. Denne gruppe er dog den mest tilfredse og anbefalingsvillige målgruppe. Mens hele 85% kan karakteriseres som ambassadører, er der kun 2%, som kan karakteriseres som kritikere, hvilket resulterer i den højeste NPS på 83.



Omkring 4 ud af 10 af har besøgt det specifikke feriested mere end 10 gange tidligere, hvilket også hænger sammen med deres høje anbefalingsvillighed. De overnatter typisk i lejede feriehus, men over en femtedel overnatter også i eget eller lånt feriehus.



I forhold til de specifikke tilfredshedsparametre er disse gæster også især tilfreds med naturforhold og venligheden fra befolkningen, ligesom pris i forhold til kvalitet og vejret har været mindre tilfredsstillende. De har dog i højere grad været tilfredse med badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden samt turistinformationen.



SAMMENLIGNING MED ALLE FERIEGÆSTER

▲ > +5% ▲ + 2-5% ► ± 1% ▼ -2-5% ▼ > -5%

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED OG ANBEFALINGSVILLIGHED



4,7/5 ▲
Gennemsnitlig tilfredshed med feriestedet



83 ▲
Net promoter score

FERIEGÆSTERNES KARAKTERISTIKA



19% ▼
Førstegangsbesøgende



42% ▲
Har besøgt mere end 10 gange



35% ▲
Familieferie, forældre og børn



25% ▼
Parferie (2 personer)

GENNEMSNITLIG TILFREDSHED PÅ UDVALGTE PARAMETRE



4,5/5 ▲
Badeforhold og aktivitetsmuligheder ved stranden



4,5/5 ▲
Turistinformation



4,2/5 ▼
Parkerings-muligheder



4,2/5 ▲
Andre aktivitetstilbud

"Vi er en flok, der mødes og spiller golf her i Henne, det har vi gjort i flere år og det er der jo en grund til. Henne Kirkeby Kro kan absolut anbefales."

(Dansk turist, Henne)

"Gode muligheder for oplevelser. Esbjerg med Fiskerimuseet. Stranden, hvor vi skal prøve kitesurfing."

(Tysk turist, Esbjerg)

"Enestående natur, aktivitetsmuligheder herunder strand og bad."

(Dansk turist, Lønstrup)

"Her kan man det hele. Næsten alle former for sport i eller i nærheden af Ringkøbing. Kulturelt også en fin by. Gamle gader og aktiviteter på Torvet"

(Tysk turist, Ringkøbing)



APPENDIKS

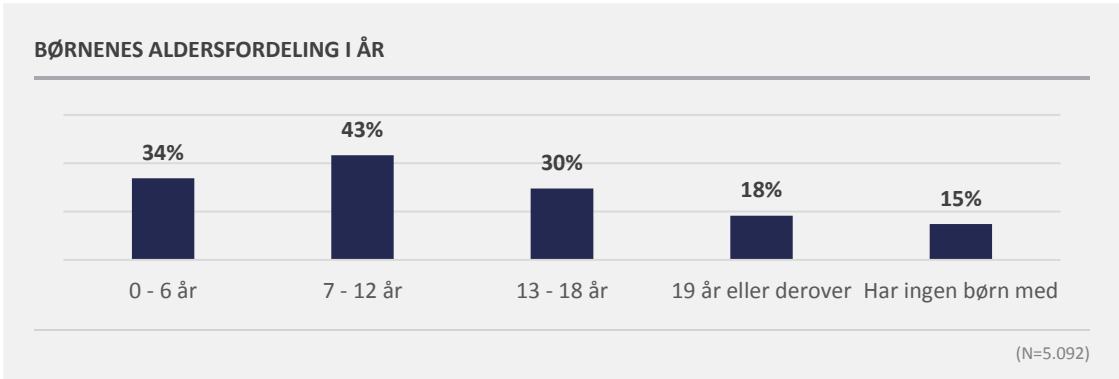
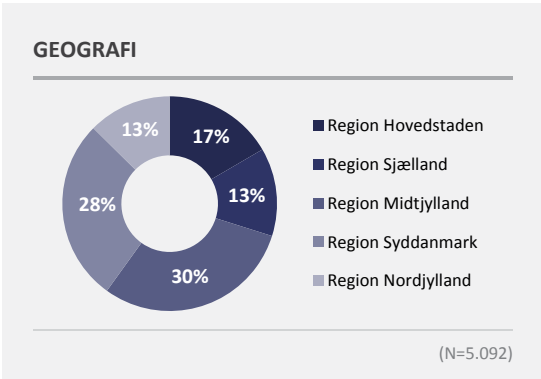
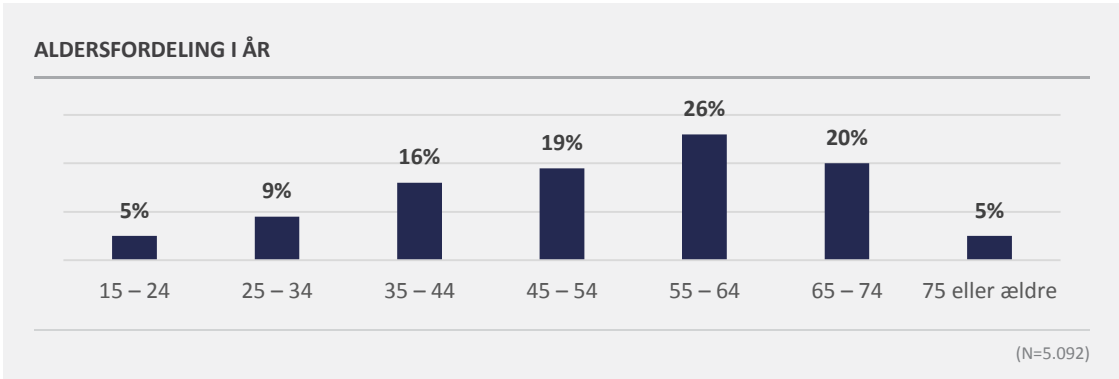
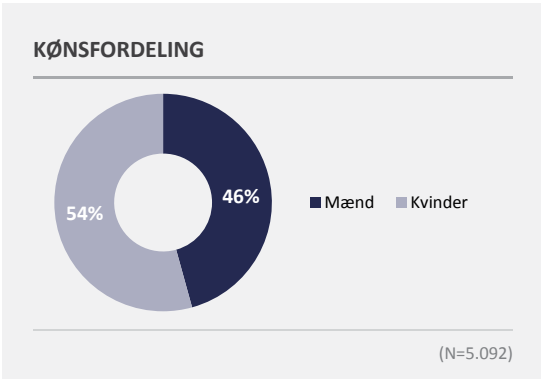
DATAGRUNDLAG (GENNEMFØRTE BESVARELSER)

FERIESTED	ANTAL INTERVIEW
Allinge/Sandvig	301
Billund	302
Blokhus	308
Blåvand	302
Bork og Ringkøbing	300
Bønnerup/Fjellerup	310
Ebeltoft	294
Fanø	299
Haderslev	307
Hanstholm/Klitmøller/Vorupør	300
Henne	300
Hirtshals/Tversted	303
Holstebro	298
Hvide Sande	303
Højer/Tønder	307
Langeland	299
Løkken	306

FERIESTED	ANTAL INTERVIEW
Lønstrup	306
Møn	303
Nykøbing Sjælland/Rørvig	310
Ribe	306
Rømø	313
Samsø	301
Silkeborg	292
Skagen	302
Slettestrand	310
Svendborg	286
Sønderborg	302
Søndervig	299
Thorsminde/Vedersø Klit	301
Aabenraa	304
TOTAL	9.374

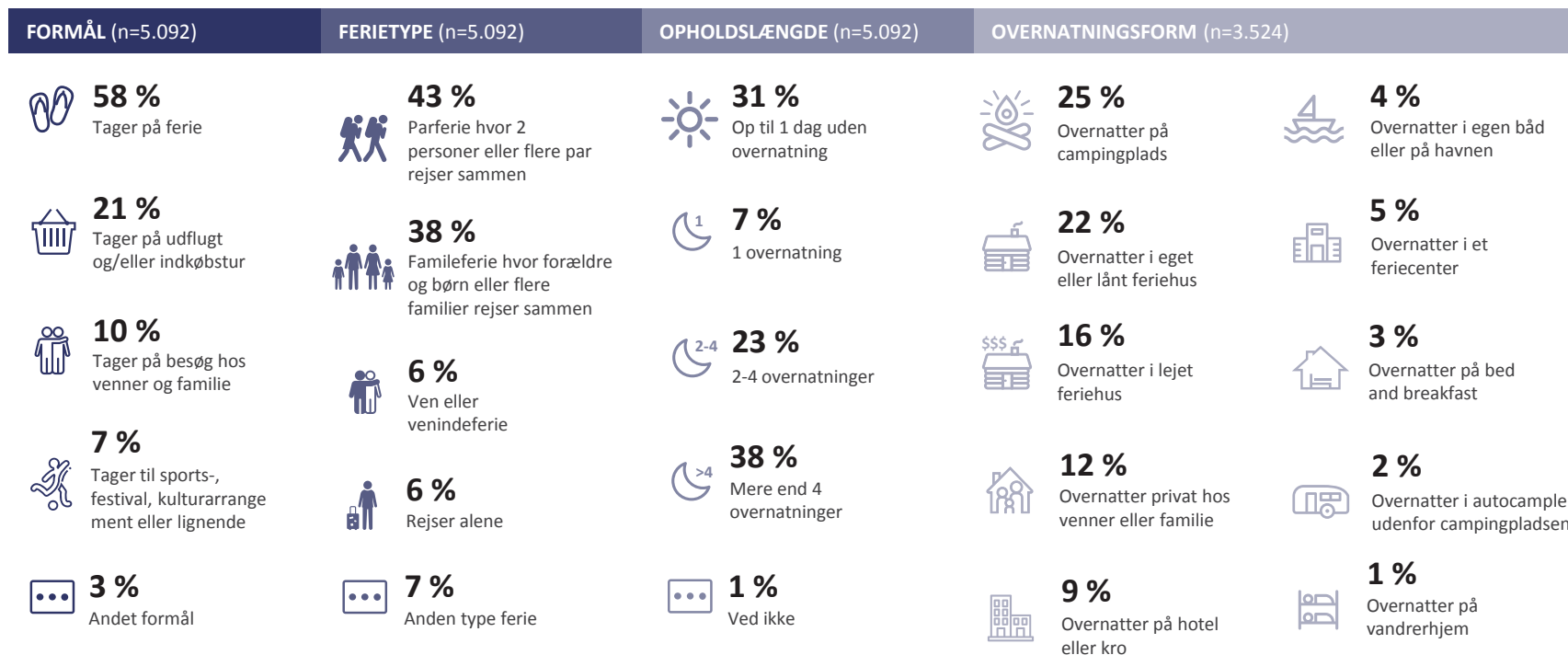
RESPONDENTPROFIL - DANSKE FERIEGÆSTER

DANSKE feriegæster



RESPONDENTPROFIL - DANSKE FERIEGÆSTER

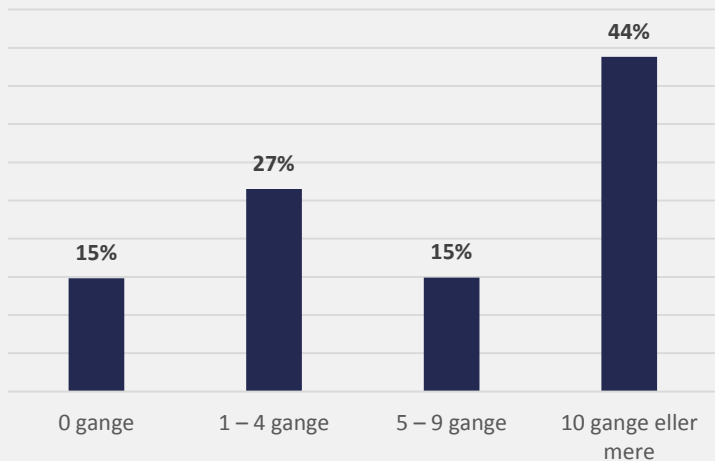
De fleste danske feriegæster kommer til feriestederne for at holde ferie. Derudover har næsten 4 ud af 10 danske feriegæster mere end fire overnatninger på det pågældende feriested. Ca. 30% er der kun én dag og har derfor ingen overnatninger. De mest populære overnatningsformer blandt de danske feriegæster er overnatning på campingpladser samt overnatninger i eget eller lånt feriehus.



RESPONDENTPROFIL - DANSKE FERIEGÆSTER

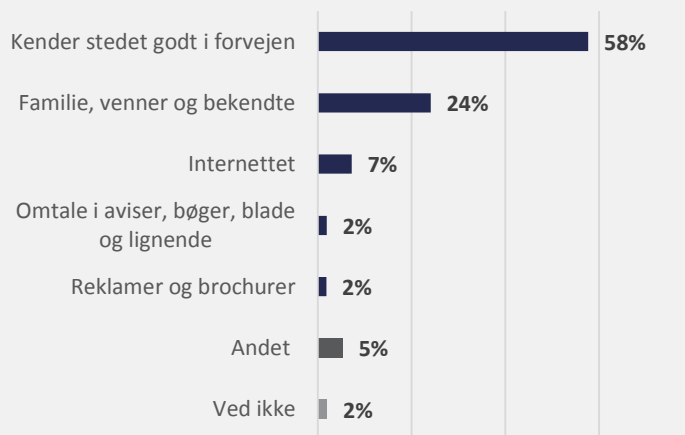
De danske feriegæster udviser generelt en meget høj grad af loyalitet og vender ofte tilbage til feriesteder, som de tidligere har besøgt. 44% har besøgt feriestedet mere end 10 gange tidligere, og 15% angiver, at de er her første gang. Dette betyder også, at de fleste besøgende kender feriestedet godt i forvejen fra tidligere besøg.

HVOR MANGE GANGE TIDLIGERE HAR DU BESØGT FERIESTEDET?



(n=5.092)

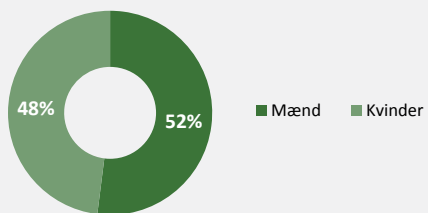
HVORFRA HAR DU HØRT OM FERIESTEDET SOM FERIE- ELLER UDFLUGTSMÅL?



(n=5.092)

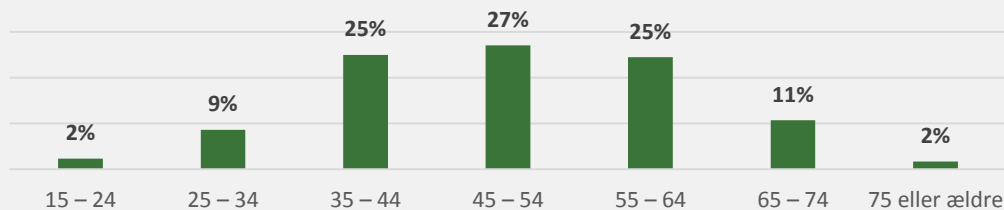
RESPONDENTPROFIL - UDENLANDSKE FERIEGÆSTER

KØNSFORDELING



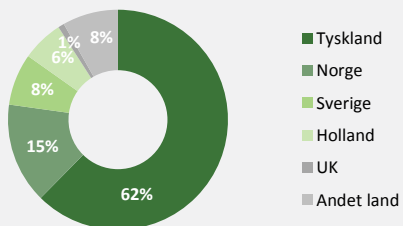
(n=4.282)

ALDERSFORDELING I ÅR



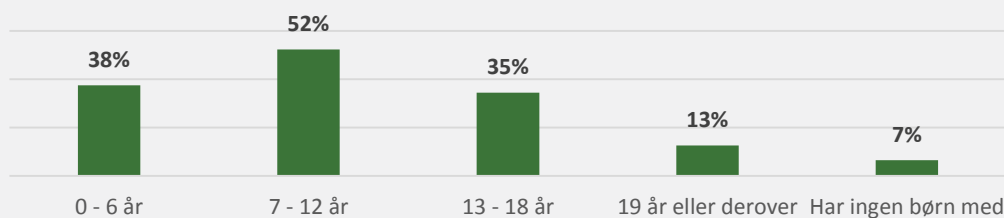
(n=4.282)

NATIONALITET



(n=4.282)


























BØRNENES ALDERSFORDELING I ÅR



(n=4.282)

RESPONDENTPROFIL - UDENLANDSKE FERIEGÆSTER

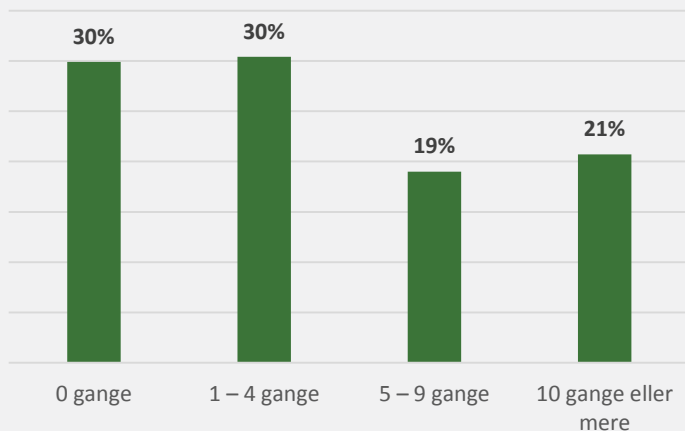
Størstedelen af de udenlandske feriegæster besøger det pågældende feriested for at holde ferie sammen med deres familie eller partner. Lidt over halvdelen af de udenlandske feriegæster har mere end 4 overnatninger i løbet af deres besøg, hvor de typisk overnatter i lejet feriehus eller på campingplads.

FORMÅL (n=4.282)	FERIETYPE (n=4.282)	OPHOLDSLÆNGDE (n=4.282)	OVERNATNINGSFORM (n=4.282)	
 80 % Tager på ferie	 50 % Famileferie hvor forældre og børn eller flere familier rejser sammen	 17 % Op til 1 dag uden overnatning	 37 % Overnatter i lejet feriehus	 6 % Overnatter i egen båd eller på havnen
 11 % Tager på udflugt og/eller indkøbstur	 42 % Parferie hvor 2 personer eller flere par rejser sammen	 7 % 1 overnatning	 22 % Overnatter på campingplads	 5 % Overnatter privat hos venner eller familie
 4 % Tager på besøg hos venner og familie	 4 % Ven eller venindeferie	 22 % 2-4 overnatninger	 11 % Overnatter i autocamper udenfor campingpladsen	 4 % Overnatter i eget eller lånt feriehus
 4 % Tager til sports-, festival-, kulturarrangement eller lignende	 2 % Rejser alene	 52 % Mere end 4 overnatninger	 7 % Overnatter på hotel eller kro	 1 % Overnatter på bed and breakfast
 1 % Andet formål	 2 % Anden type ferie	 1 % Ved ikke	 6 % Overnatter i et feriecenter	 1 % Overnatter på vandrerhjem

RESPONDENTPROFIL - UDENLANDSKE FERIEGÆSTER

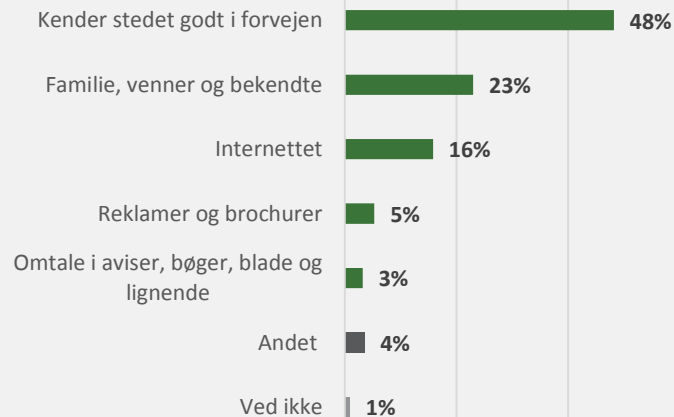
Cirka 30% af de udenlandske feriegæster besøger feriestedet for første gang, mens lidt over hver femte har besøgt feriestedet ti gange eller mere tidligere. Næsten halvdelen af de udenlandske ferieferiegæster angiver, at de kender feriestedet fra tidligere besøg. Derudover er der omkring 23%, som har hørt om stedet fra venner, familie eller bekendte, mens 16 % har hørt om stedet via internettet.

HVOR MANGE GANGE TIDLIGERE HAR DU BESØGT FERIESTEDET?



(n=4.282)

HVORFRA HAR DU HØRT OM FERIESTEDET SOM FERIE- ELLER UDFLUGTSMÅL?



(n=4.282)

EPINION AARHUS

HACK KAMPMANNS PLADS 1-3
8000 AARHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: AARHUS@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION COPENHAGEN

RYESGADE 3F
2200 COPENHAGEN N
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: COPENHAGEN@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION HAMBURG

ERICUSSPITZE 4
20457 HAMBURG
GERMANY
T: +43 (0)699 13180416
E: HAMBURG@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION LONDON

D'ALBIAC HOUSE (ROOM 1015-1017)
CROMER ROAD, HEATHROW CENTRAL AREA
HOUNSLOW, TW6 1SD
T: +44 (0) 7970 020793
E: LONDON@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION MALMÖ

ADELGATAN 5
21122 MALMÖ
SWEDEN
E: CONTACT@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION OSLO

BISKOP GUNNERUS GATE 2
0155 OSLO
NORWAY
T: +47 97 11 73 50
E: OSLO@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION SAIGON

11TH FL, DINH LE BUILDING,
1 DINH LE, DIST. 4, HCMC
VIETNAM
T: +84 8 38 26 89 89
E: HCMC@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION SINGAPORE

60 PAYA LEBAR ROAD
#08-43 PAYA LEBAR SQUARE
SINGAPORE
E: CONTACT@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION STAVANGER

KLUBBGATEN 4
4006 STAVANGER
NORWAY
T: +47 90 17 18 99
E: STAVANGER@EPINIONGLOBAL.COM

EPINION VIENNA

HAINBURGERSTRASSE 20/7
1030 VIENNA
AUSTRIA
T: +43 (0)699 13180416
E: VIENNA@EPINIONGLOBAL.COM