

EVALUERING AF PROJEKTET
UDVIKLING AF STEDBUNDNE TURISMEKONCEPTER I
DANSKE KYSTBYER

NULPUNKTSMÅLING

REVIDERET RAPPORT – APRIL 2013



EPINIØN





INDHOLD

1 INDLEDNING

Side 3

2 KENDSKAB OG ATTRAKTIVITET

Side 8

3 TURISTERNES PRÆFERENCER OG PRÆFERENCERNES BETYDNING FOR FERIEVALG

Side 30

4 FREMTIDENS KYSTTURIST

Side 37

1

INDLEDNING

I dette afsnit præsenteres baggrunden for undersøgelsen, det anvendte undersøgelsesdesign og analysens hovedresultater opsummeres.

Indledning

Om undersøgelsen

BAGGRUND

VisitNordjylland står i spidsen for projektet "Udvikling af stedbundne turismekoncepter i danske kystferiebyer", der har til formål at genskabe kvaliteten i kystturismen. Projektet kan betragtes som et rammeprojekt, der dækker over en række forskellige delprojekter, som samlet skal bidrage til at skabe en ny dansk kystturismeprofil med international gennemslagskraft. Delprojekternes skal således tænkes sammen, således at resultatet bliver et sammenhængende turismeprodukt baseret på innovativ kompetence-, koncept- og markedsudvikling.

I forbindelse med det samlede projekt har VisitNordjylland bl.a. ønsket at få kortlagt kendskabet til og vurderingen af en række danske kystdestinationer i Danmark og udvalgte udenlandske nærmarkeder. Dette sker gennem en nulpunkts- og effektmåling foretaget af Epinion. Nulpunktsmålingens resultater og konklusioner præsenteres i denne rapport, mens effektmålingen gennemføres ultimo 2014.

Følgende byer indgår både i udviklingsprojektet og i nærværende undersøgelse: Skagen, Løkken, Blokhus, Klitmøller/Vorupør, Hals, Øster Hurup, Kerteminde, Marielyst, Liseleje, Tisvildeleje, Gilleleje, Hornbæk, Humlebæk. Samlet omtales denne gruppe af byer som fokusbyerne i rapporten. Byerne Ebeltoft, Rørvig, Svendborg, Lønstrup, Søndervig og Blåvand indgår også i undersøgelsen som sammenligningsgrundlag og omtales samlet som kontrolbyerne i rapporten.

På de følgende sider gives en kort opsummering.

God læselyst!

KORT OM UNDERSØGELSEN OG RAPPORTEN

Analysen bygger på en kvantitativ undersøgelse i Danmark og udvalgte nærmarkeder i Nordtyskland, Sydnorge og Vestsverige.

Undersøgelsen er gennemført som webinterview på elektroniske paneler blandt et repræsentativt udsnit af befolkningen over 18 år i de fire geografiske områder. Dataindsamlingen er gennemført i ugerne 9 og 10 i 2013. Der er i alt gennemført 519 interview i Danmark, 513 interview i Sydnorge, 519 interview i Vestsverige og 514 interview i Nordtyskland. Data er efterfølgende vejret for at sikre repræsentativiteten yderligere på køn, alder og region. Følgende regioner indgår i undersøgelsen:

I Danmark: hele landet, dvs. alle fem regioner.

I Norge: Akershus, Aust-Agder, Buskerud, Oslo, Rogaland, Telemark, Vest-Agder, Vestfold og Østfold.

I Sverige: Hallands län, Jönköpings län, Skåne län, Stockholms län, Uppsala län, Västra Götalands län og Östergötlands län.

I Tyskland: Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein og Berlin.

Når landene benævnes i rapporten er det udelukkende disse udvalgte regioner, som der henvises til.

Læsevejledning: Figurene viser typisk resultaterne som procenttal, dvs. andele af personer fra det givne land eller som gennemsnit, mens figuroverskrifterne som hovedregel viser den konkrete spørgsmålsformulering.

Opsummering I

- I alle fire markeder er kendskabet størst til **Skagen**, der også vurderes som den mest attraktive by, og samtidig er den by, som flest har besøgt. Færrest har hørt om de danske kystbyer i Tyskland, hvor det også kun er hver tredje, der kender til Skagen. Men ni ud af ti i de skandinaviske nabolande kender Skagen.
- Kendskabet er også relativt stort til **Løkken**, ligesom byen også særligt er populær og vurderes attraktivt i de skandinaviske markeder. Derimod rangerer Løkken en anelse lavt på kendskab, attraktivitet og forventede besøg i det tyske marked, når disse tal sammenlignes med den ellers forholdsvist store andel tyskere, der tidligere har besøgt byen.
- **Blokhus** er både populært og forholdsvist kendt i Danmark og Norge, hvor henholdsvis 18 % og 9 % også har besøgt byen, mens kendskabet og attraktiviteten i det svenske og tyske marked generelt er lavere, hvorfra der formentlig af samme årsag heller ikke pt. er udsigt til så mange besøg.
- **Kerteminde** ligger samlet set i midterfeltet, hvad angår kendskabet til byen, men med nogen variation alt efter hvilket marked, der ses på. Således ligger Kerteminde forholdsvist højt på listen blandt især danskerne og også nordmændene, mens byen er mindre kendt og besøgt af svenskerne og tyskerne, hvor der kunne ligge et større potentiale.
- For **Marielyst** gælder næsten det omvendte billede, idet kendskabet og attraktiviteten ikke ligger højt i Danmark og Norge, mens byen sammenlignet hermed til gengæld placeres højt af svenskerne og tyskerne. I det omfang attraktivitetsopfattelsen evt. drives af kendskabet, kunne der således være potentiale i at markedsføre byen mere herhjemme samt i det norske marked.
- Kun ca. to ud af tre danskere kender til **Klitmøller/Vorupør**, hvilket er et relativt lavt kendskab for de undersøgte byer i det danske marked. Sammenlignet hermed er der dog relativt mange danskere (9 %), som forventer at besøge stedet inden for de kommende fem år og som vurderer destinationen attraktivt. Samme mønster findes i det svenske marked, hvilket tyder på et vist vækstpotentiale i at udbrede kendskabet i de to markeder.

Opsummering II

- Kendskabet til **Øster Hurup** er lavt på tværs af markeder, hvilket er tydeligst blandt svenskerne, både hvad angår kendskab, turistbesøg og attraktivitet. Byen er blevet besøgt af flere nordmænd, men rangerer trods dette lavt, hvad angår både kendskab og attraktivitet. Dette kan tyde på, at de besøgendes turistoplevelse kunne være et relevant indsatsområde i Øster Hurup, mens kendskabet i sig selv dog også kan forbedres. Det tyske marked udgør en delvis undtagelse i forhold til dette mønster, hvorfor det også kunne være interessant at undersøge, hvad der kan adskille tyskere og nordmænds oplevelser i byen.
- **Hals** har generelt været relativt velbesøgt af turister fra de tre udenlandske markeder, men byens attraktivitet rangerer meget lavt sammenlignet med andelen, der har besøgt byen tidligere, hvilket også her tyder på, at selve turistoplevelsen kan være et relevant indsatsområde. Byens attraktivitet rangerer også relativt lavt i det danske marked, hvor det dog ikke kan afvises at hænge sammen med et ligeledes relativt lavt kendskab og besøgstal.
- Både de hidtidige og de forventede besøgstal for **de nordsjællandske byer** ligger forholdsvist lavt i det danske og tyske marked. Sammenlignet hermed ligger byernes attraktivitetsvurderinger dog forholdsvist højt i de to markeder, mens også kendskabet er rimeligt stort i Danmark. Mens dette tyder på, at en udbredelse af kendskabet til destinationerne kan have et vist potentiale i det tyske marked, peger undersøgelsen ikke på en forklaring på, hvorfor besøgstallene i Danmark er lave.
- Blandt de norske og svenske turister er billedet derimod mere differentieret, idet kendskabet særligt til Hornbæk er relativt stort i de to markeder (og i Norge også til Humlebæk), mens kendskabet er meget lavt til Liseleje og Tisvildeleje. Trods dette "overpræsterer" flere af de nordsjællandske byer dog på attraktivitetsmålet, og det forventede besøgstal blandt de skandinaviske naboer, hvilket i særlig grad gælder Gilleleje, som hele 11 % af svenskerne forventer at besøge i de kommende fem år.

Opsummering III

- I alle fire undersøgte markeder viser det sig, at turisterne lægger mest vægt på, at destinationen **har frisk luft og rent vand og indbydende strande og smuk natur**, når de skal holde ferie i en kystby.
- Netop det at finde indbydende strande og smuk natur er vigtigt for ens valg af destination har også den største positive effekt på sandsynligheden for at tage på ferieophold i en dansk kystby for de danske og tyske turister. I det norske og svenske marked er det turister, der finder henholdsvis *muligheder for at nyde lokale fødevarer og specialiteter* og *muligheder for at bade i havet*, der er har størst sandsynlighed for at tage til Danmark på kystbyferie.
- Derimod har prioriteringen af *et varmt og solrigt klima* den største negative effekt på at tage til Danmark i tre af de fire lande. Norge er her undtagelsen, hvor det i stedet er de turister, der lægger meget vægt på, at destinationen har *et bredt udvalg af restauranter og spisesteder*, som er tilbøjelige til at fravælge de danske kystbyer.
- Der kan i alle markederne observeres en stor **loyalitetseffekt** i den forstand, at turister, som tidligere har besøgt en af fokusbyerne også er markant mere tilbøjelige til at sige, at det er meget sandsynligt, at de vil besøge en af fokusbyerne inden for de kommende fem år. Sammenhængen, som også forefindes for kontrolbyerne, har både en positiv og en mindre positiv side. Den positive forklaring på sammenhængen er naturligvis, at turisternes oplevelser med de danske kystbyer har været så positive, at de er tilbøjelige til at vende tilbage. Den mindre positive forklaring er, at sammenhængen også beror på, at destinationerne rekrutterer en relativt lille andel nye turister. Med destinationernes evne til at gøre deres besøgende til gengangere, kan der ligge et stort potentiale i at vinde nye turister, som i givet fald kan forventes at indebære en større gevinst end blot den, der er forbundet med den nye turists første besøg i en af de danske kystbyer.
- Den forskel der kan konstateres mellem de forskellige markeders primære motiver i forhold til ferieophold i danske kystbyer vil være et væsentligt bidrag til **destinationernes arbejde med konceptudviklingen**. Derfor er der afsnit 3 præsenteret både de samlede feriepræferencer for markederne og på hvilke parametre de sandsynlige og ikke-sandsynlige kystturister er mest forskellige.

2

KENDSKAB OG ATTRAKTIVITET

I dette afsnit præsenteres kendskabet til de undersøgte kystdestinationer, hvor mange der har besøgt eller planlægger at besøge dem, samt vurderinger af de enkelte byers attraktivitet. Resultaterne præsenteres for hver enkelt marked.

Fokusbyerne er markeret med rød farve i figurerne, mens kontrolbyerne, som er medtaget for at kunne sammenligne med andre danske kystdestinationer, er markeret med grøn farve.

Danskernes kendskab til de danske kystferiebyer

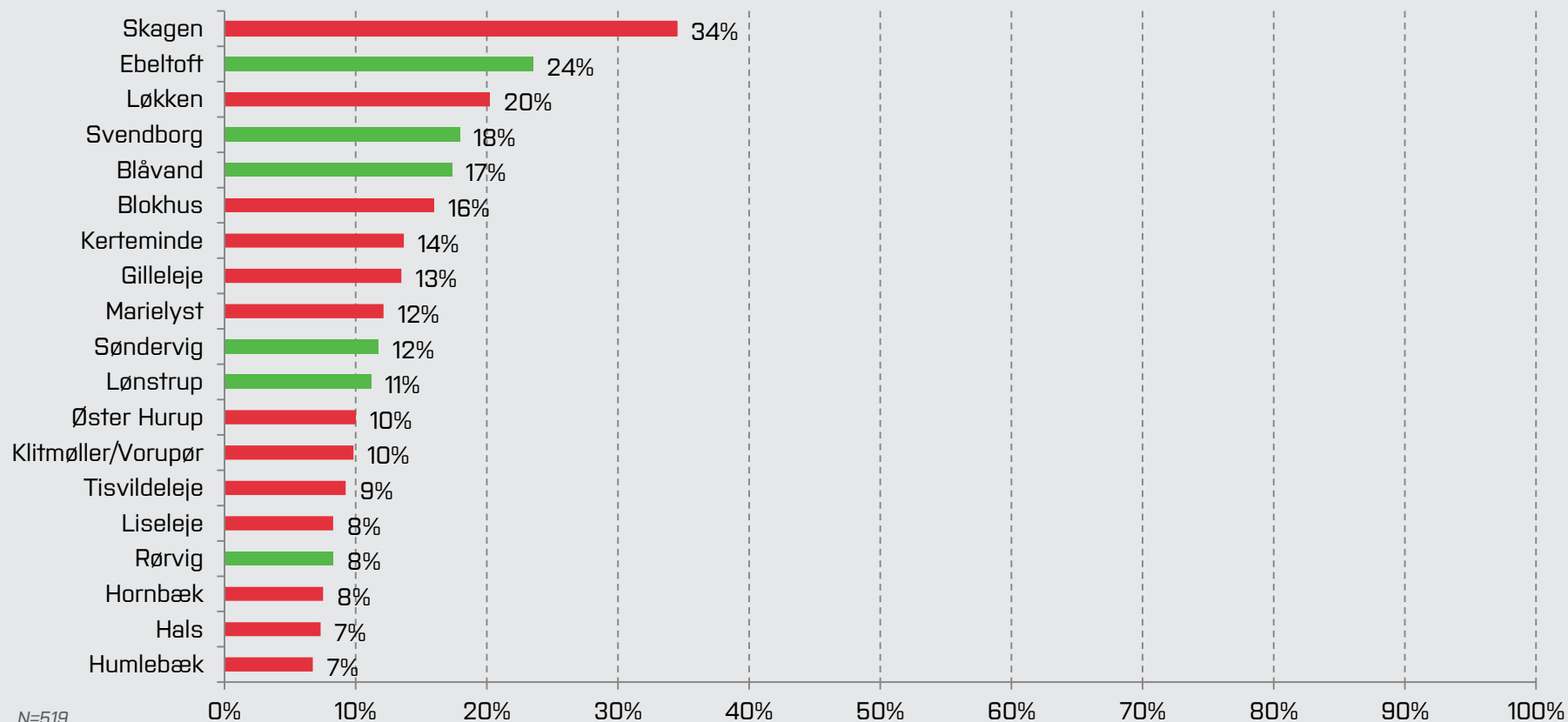
Hvilke af følgende byer i Danmark kender du eller har du hørt om?
Procent af adspurgte.



N=519

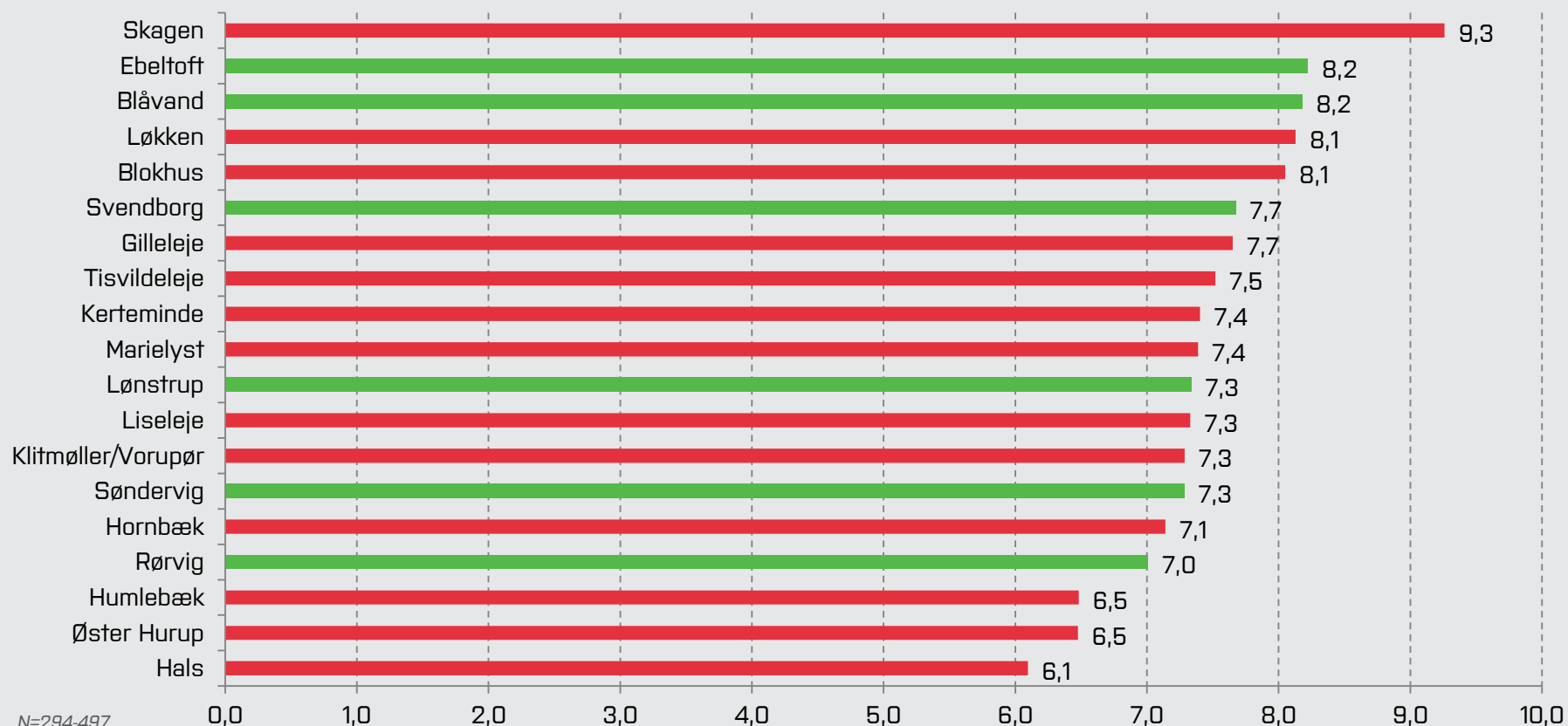
Andel danskere, der har besøgt kystferiebyerne i de seneste tre år

Hvilke af følgende byer i Danmark har du besøgt under et ferieophold inden for de seneste tre år?
Procent af adspurgte.



Danskernes vurdering af kystferiebyernes attraktivitet

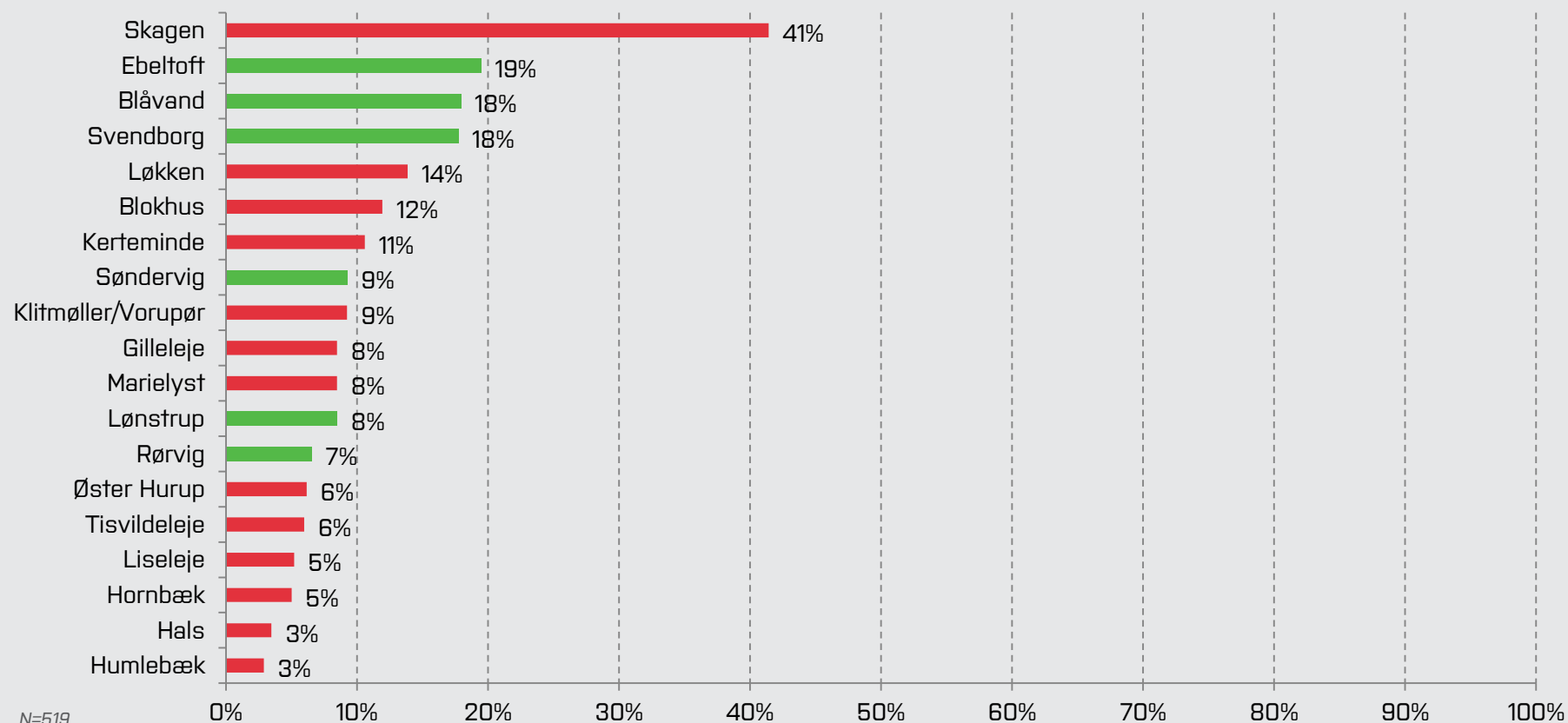
Uanset hvor godt eller dårligt du kender byerne, vil vi bede dig angive, hvor attraktive du synes, de er som feriedestinationer. Gennemsnit (0 er "slet ikke attraktiv" og 10 er "meget attraktiv").



N=294-497

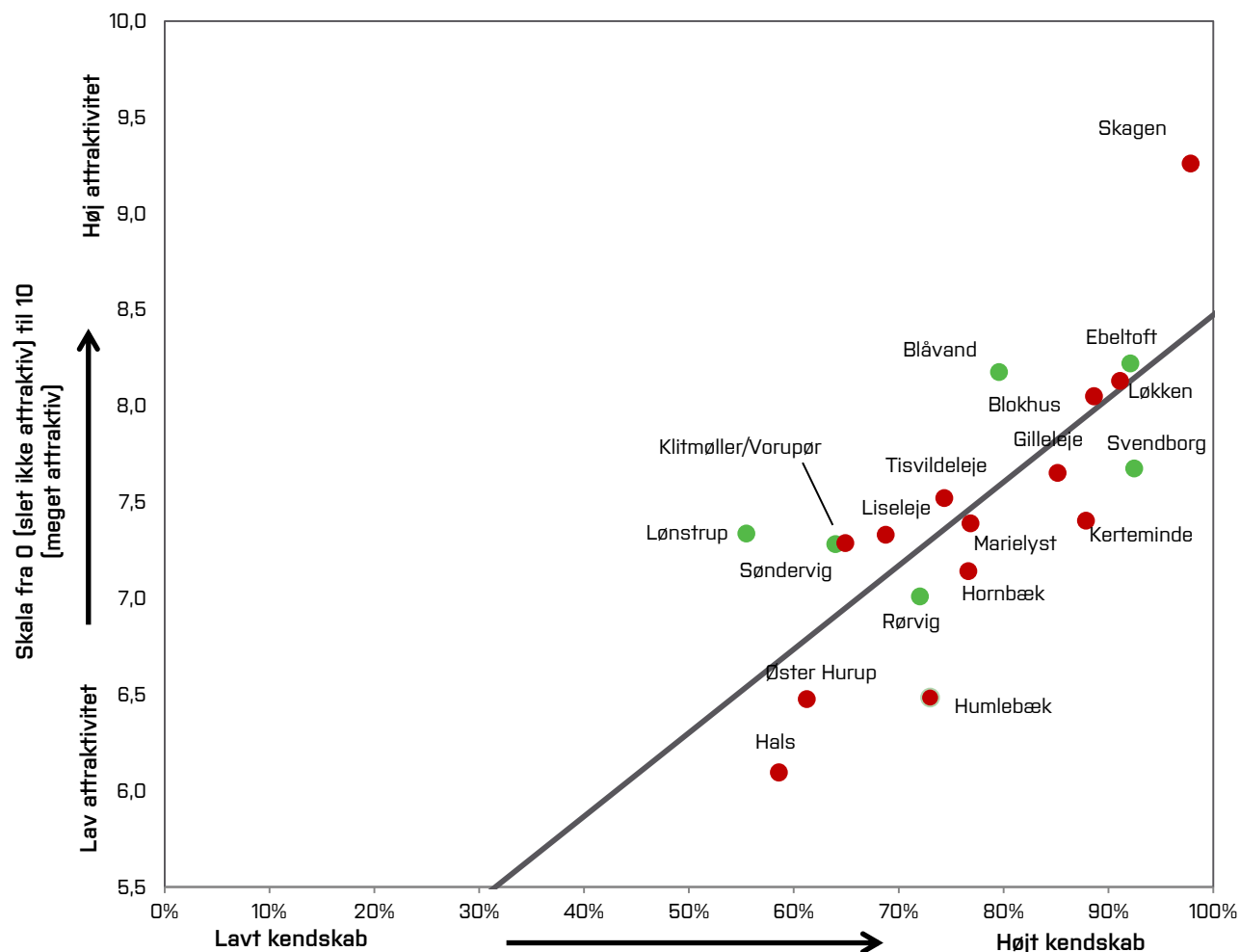
Andel danskere med forventet besøg i kystferiebyerne de kommende fem år

Hvilke af følgende kystferiebyer i Danmark forventer du at besøge på et kortere eller længere privat ferieophold inden for de kommende fem år?



N=519

Sammenhæng mellem kendskab og attraktivitet i Danmark

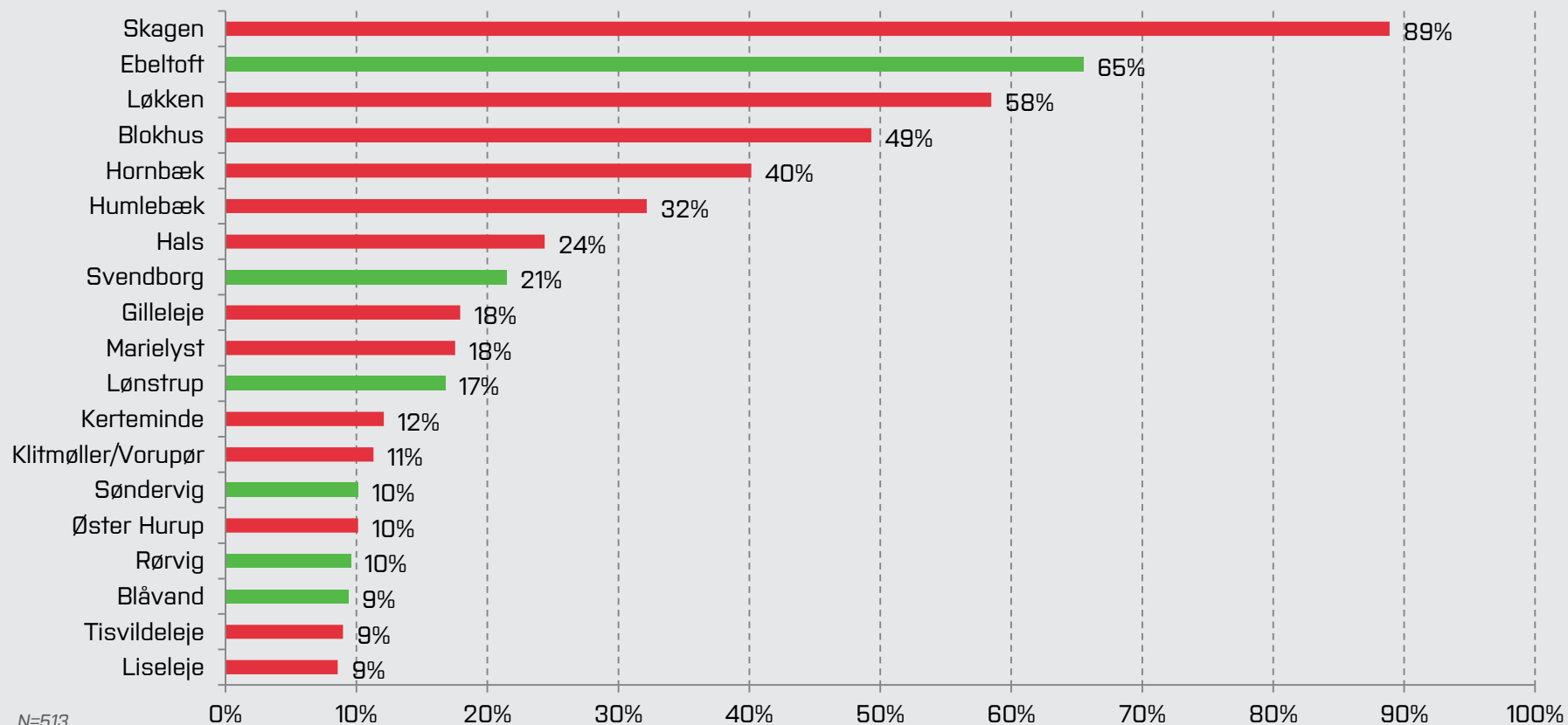


Sammenhængen i danskernes vurderinger

- Figuren til venstre viser sammenhængen mellem kendskabet til de danske kystferiebyer og deres attraktivitet, som det vurderes af de danske turister. Målet for destinationerne må derfor ideelt set være at ligge så langt oppe i højre hjørne som muligt.
- Lønstrup vurderes eksempelvis som værende en ganske attraktiv destination, mens kendskabet derimod er meget lavt. Dette kan tyde på, at der bør arbejdes med at udbrede kendskabet til destinationen, idet destinationen er populær blandt dem, der kender den.
- Hals bør derimod arbejde med både at gøre destinationen mere attraktiv og øge kendskabet til destinationen, idet destinationen er placeret nederst til højre.
- Endelig ligger Skagen højt på både kendskab og attraktivitet og placerer sig derfor øverst i højre hjørne.

Nordmændenes kendskab til de danske kystferiebyer

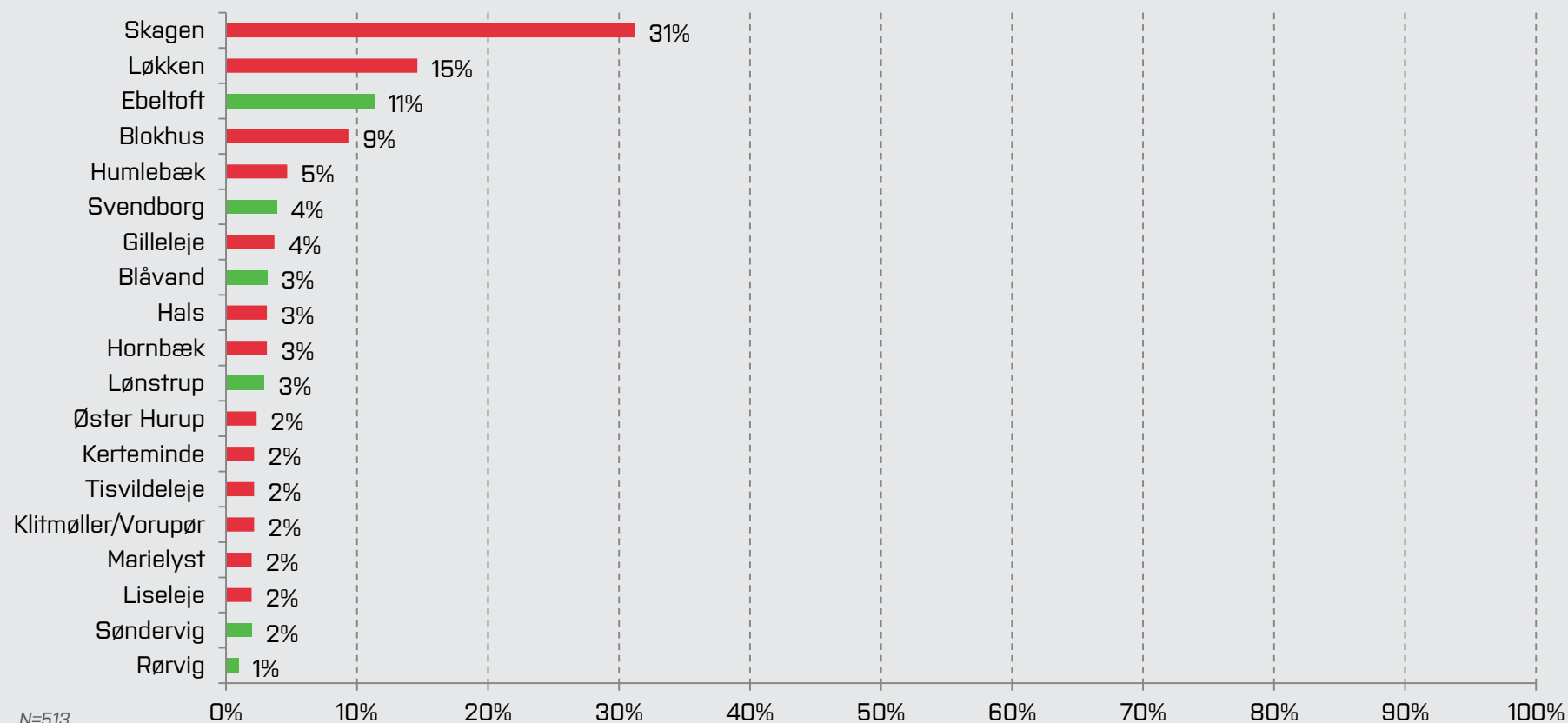
Hvilke af følgende byer i Danmark kender du eller har du hørt om?
Procent af adspurgte.



N=513

Andel nordmænd, der har besøgt kystferiebyerne i de seneste tre år

Hvilke af følgende byer i Danmark har du besøgt under et ferieophold inden for de seneste tre år?
Procent af adspurgte.



N=513

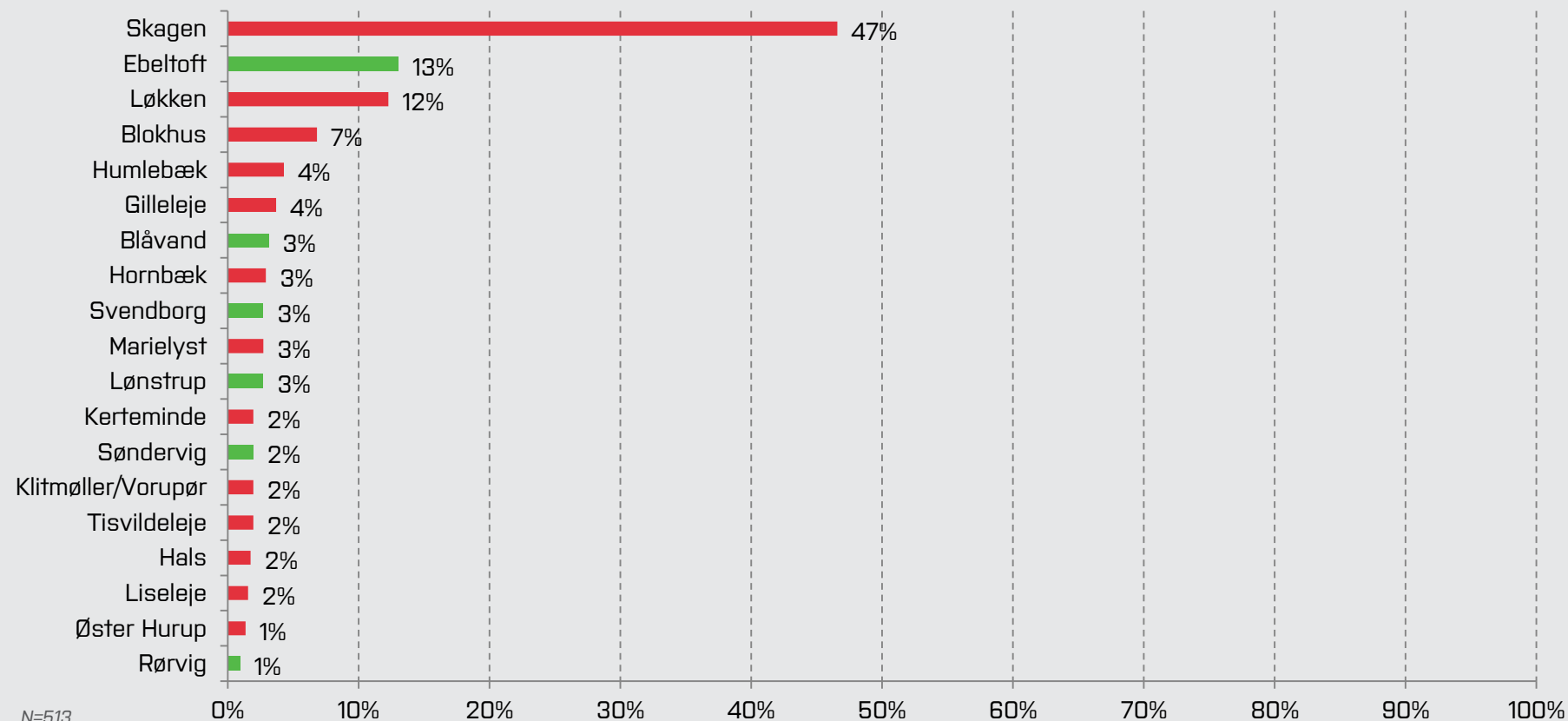
Nordmændenes vurdering af kystferiebyernes attraktivitet

Uanset hvor godt eller dårligt du kender byerne, vil vi bede dig angive, hvor attraktive du synes, de er som feriedestinationer. Gennemsnit (0 er "slet ikke attraktiv" og 10 er "meget attraktiv").



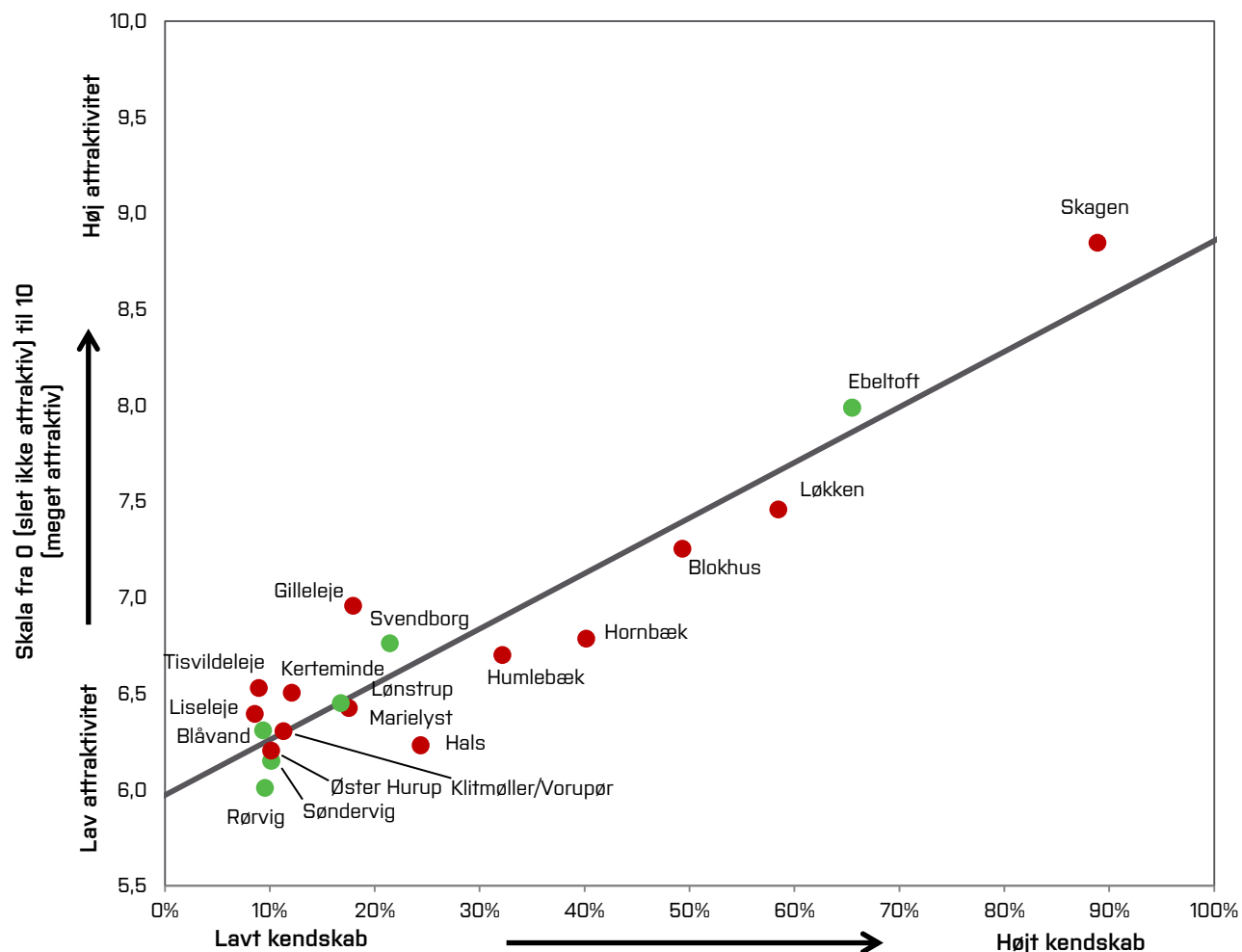
Andel nordmænd med forventet besøg i kystferiebyerne de kommende fem år

Hvilke af følgende kystferiebyer i Danmark forventer du at besøge på et kortere eller længere privat ferieophold inden for de kommende fem år?



N=513

Sammenhæng mellem kendskab og attraktivitet i Norge

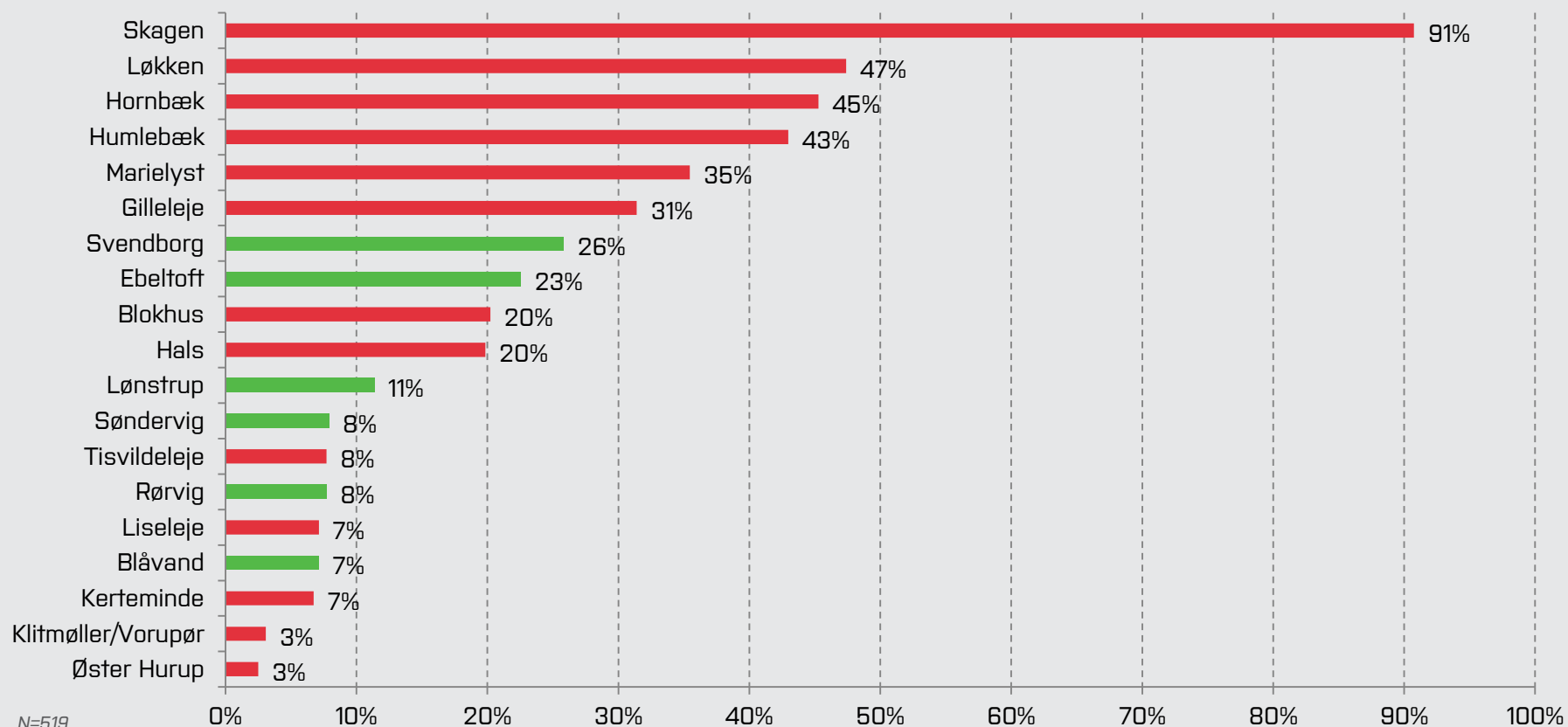


Sammenhængen i nordmændenes vurderinger

- Figuren til venstre viser sammenhængen mellem kendskabet til de danske kystferiebyer og deres attraktivitet, som det vurderes af de norske turister. Målet for destinationerne må derfor ideelt set være at ligge så langt oppe i højre hjørne som muligt.
- Skagen, Ebeltoft, Løkken og Blokhushus ligger alle forholdsvis højt på både kendskab og attraktivitet. Skagen skiller sig dog også ud fra denne gruppe ved at placere sig tættest på det øverste højre hjørne og dermed bedst blandt alle destinationer.
- De øvrige destinationer ligger lavere på både kendskab og attraktivitet, men det ses, at Gillelejes attraktivitet vurderes relativt højt trods et lavt kendskab, hvilket kan tyde på, at der med fordel kan arbejdes med kendskabsudbredelsen. Hornbæk har den modsatte udfordring, idet kendskabet her er forholdsvis højt, men attraktiviteten halter.

Svenskernes kendskab til de danske kystferiebyer

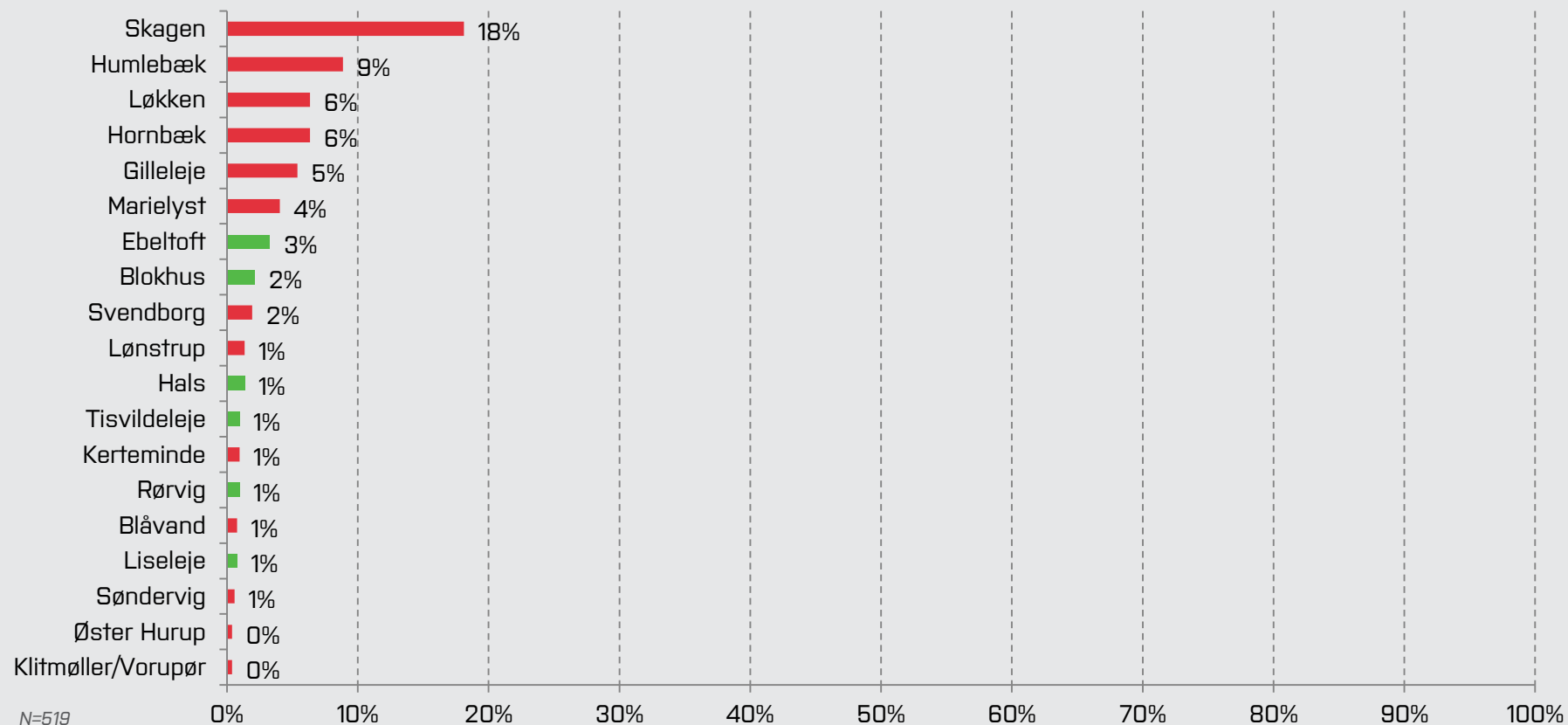
Hvilke af følgende byer i Danmark kender du eller har du hørt om?
Procent af adspurgte.



N=519

Andel svenskere, der har besøgt kystferiebyerne i de seneste tre år

Hvilke af følgende byer i Danmark har du besøgt under et ferieophold inden for de seneste tre år?
Procent af adspurgte.



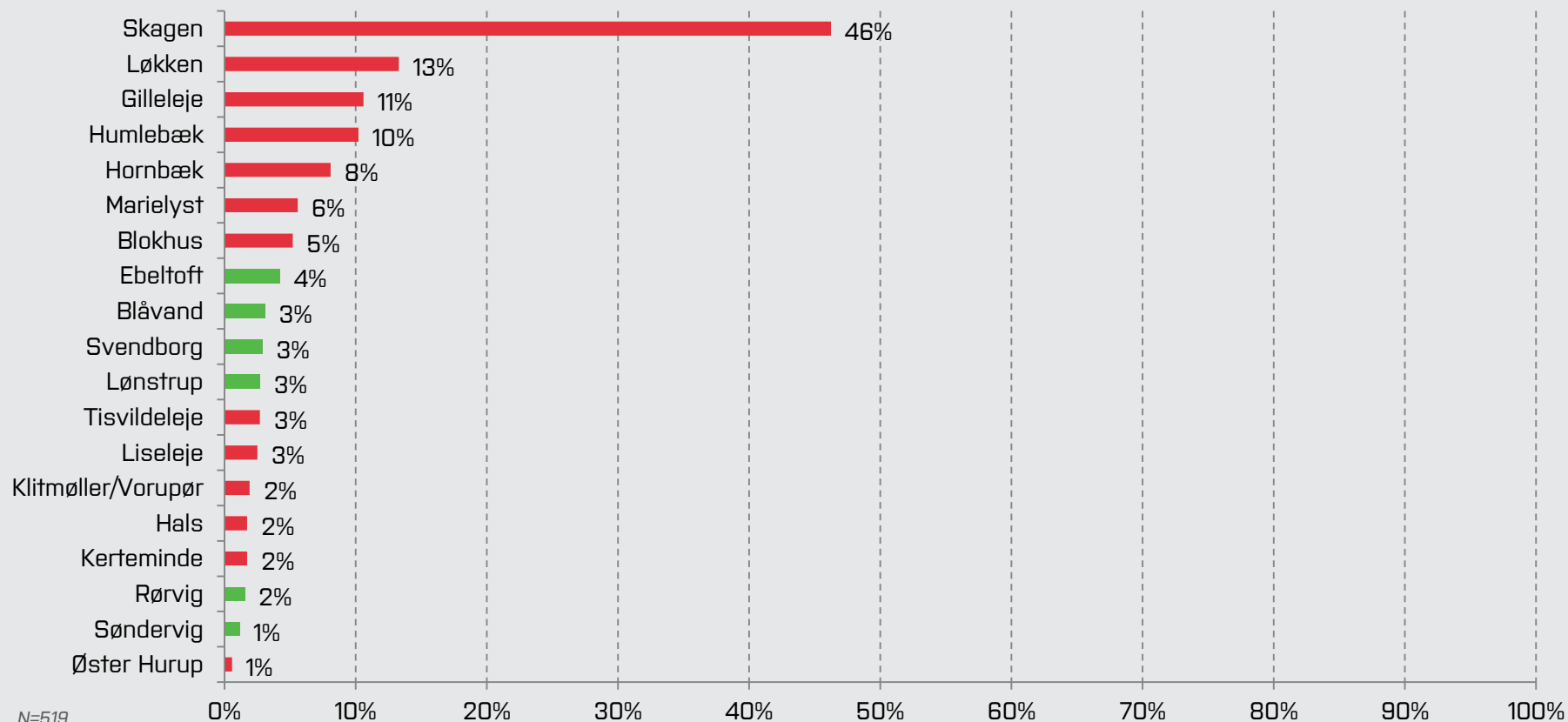
Svenskernes vurdering af kystferiebyernes attraktivitet

Uanset hvor godt eller dårligt du kender byerne, vil vi bede dig angive, hvor attraktive du synes, de er som feriedestinationer. Gennemsnit (0 er "slet ikke attraktiv" og 10 er "meget attraktiv").



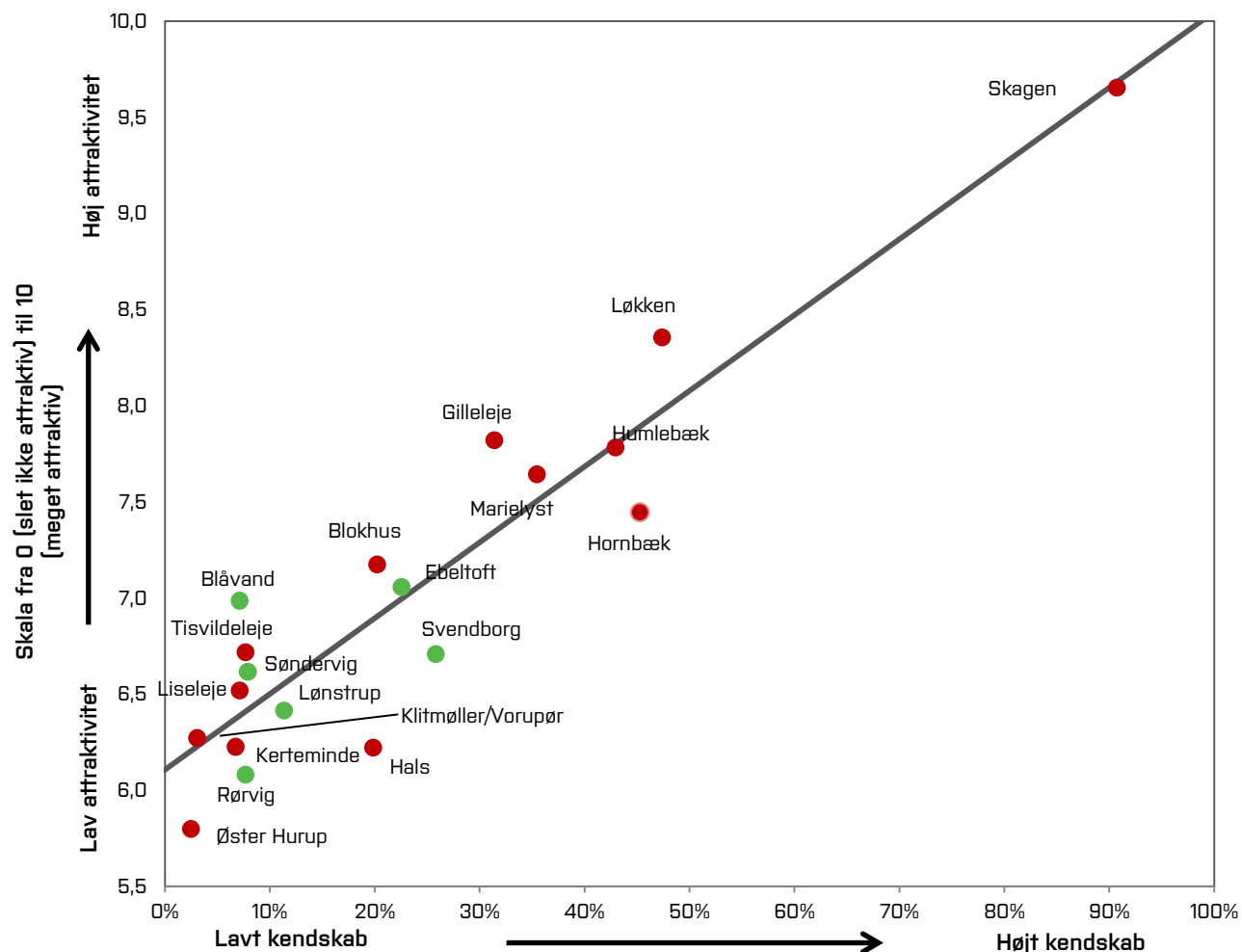
Andel svenskere med forventet besøg i kystferiebyerne de kommende fem år

Hvilke af følgende kystferiebyer i Danmark forventer du at besøge på et kortere eller længere privat ferieophold inden for de kommende fem år?



N=519

Sammenhæng mellem kendskab og attraktivitet i Sverige

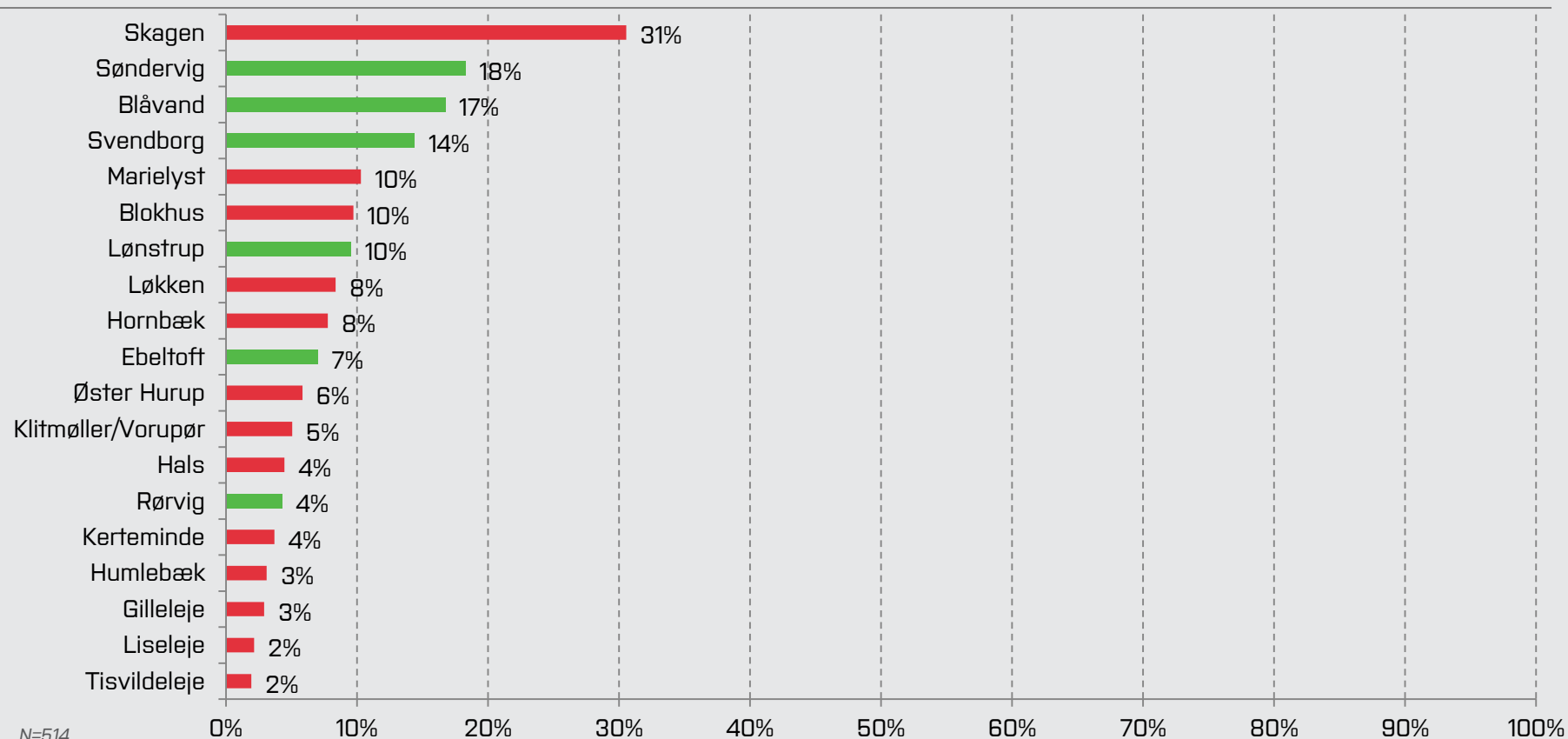


Sammenhængen i svenskernes vurderinger

- Figuren til venstre viser sammenhængen mellem kendskabet til de danske kystferiebyer og deres attraktivitet, som det vurderes af de svenske turister. Målet for destinationerne må derfor ideelt set være at ligge så langt oppe i højre hjørne som muligt.
- Der ses igen en forholdsvis tæt sammenhæng mellem kendskab og attraktivitet.
- Skagen, som både vurderes meget attraktiv og scorer højt på kendskabsmålet sammenlignet med de øvrige destinationer, placerer sig igen klart bedst blandt destinationerne.
- Også Løkken vurderes dog meget attraktivt af de turister, der føler sig i stand til at vurdere destinationen. Det kan således tyde på, at der kan være et vist potentiale i at arbejde med at øge kendskabet til denne destination.

Tyskernes kendskab til de danske kystferiebyer

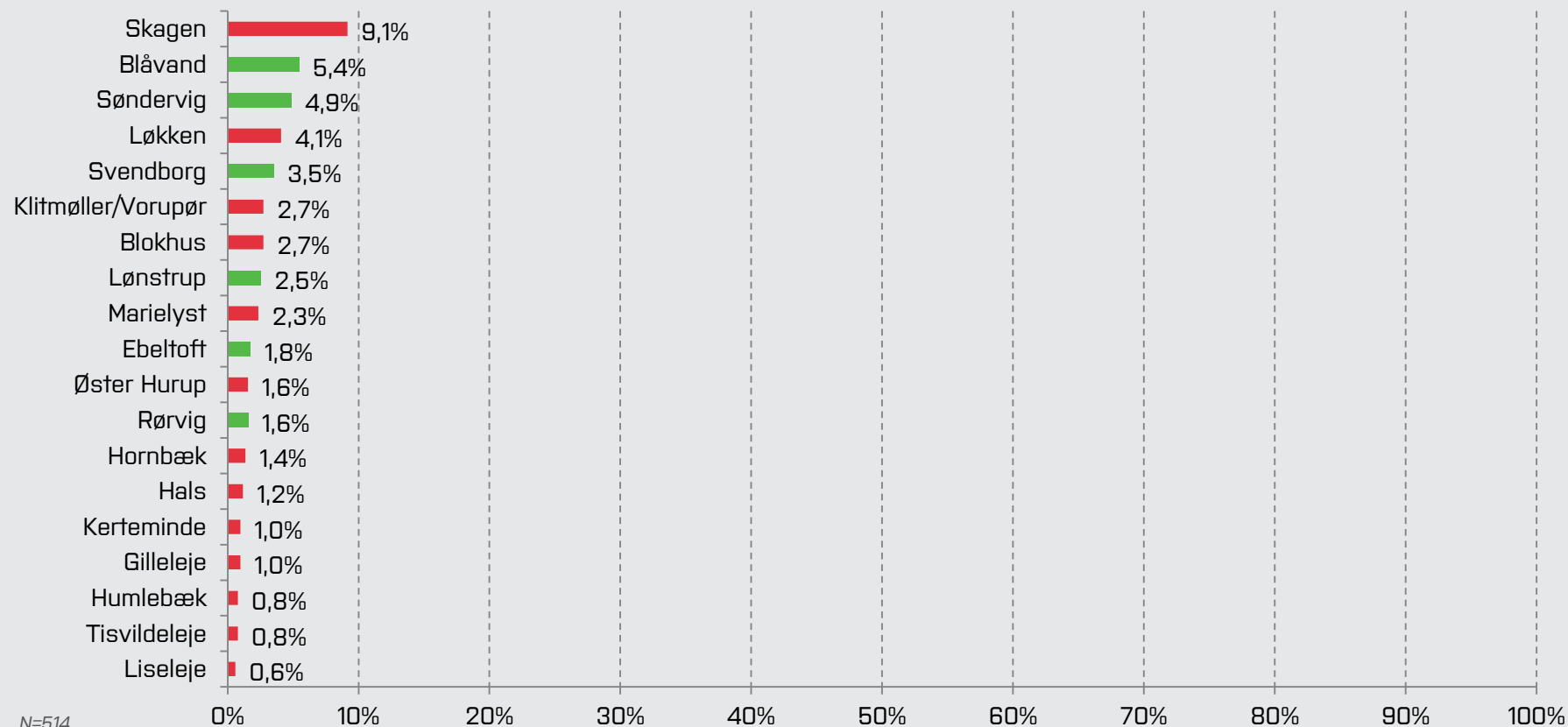
Hvilke af følgende byer i Danmark kender du eller har du hørt om?
Procent af adspurgte.



N=514

Andel tyskere, der har besøgt kystferiebyerne i de seneste tre år

Hvilke af følgende byer i Danmark har du besøgt under et ferieophold inden for de seneste tre år?
Procent af adspurgte.



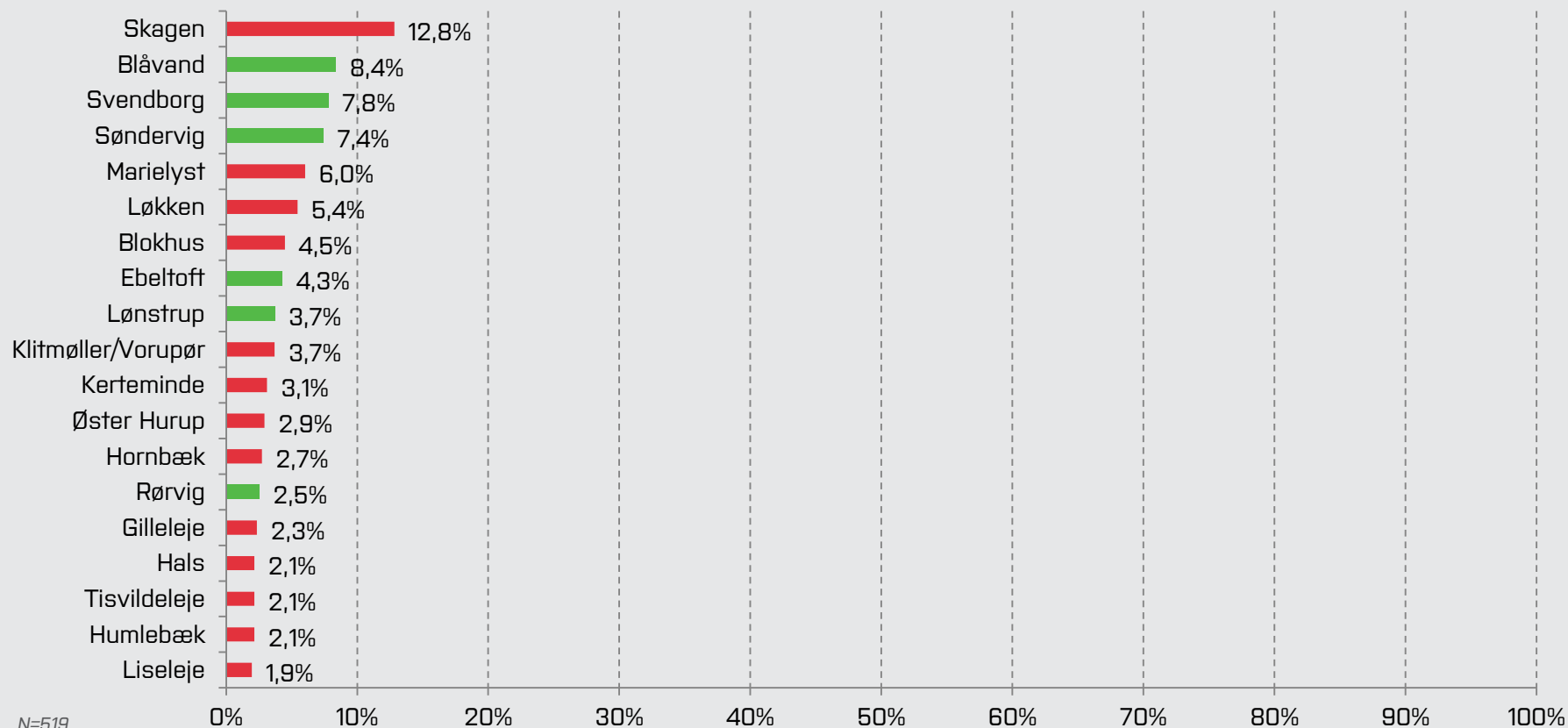
Tyskernes vurdering af kystferiebyernes attraktivitet

Uanset hvor godt eller dårligt du kender byerne, vil vi bede dig angive, hvor attraktive du synes, de er som feriedestinationer. Gennemsnit (0 er "slet ikke attraktiv" og 10 er "meget attraktiv").



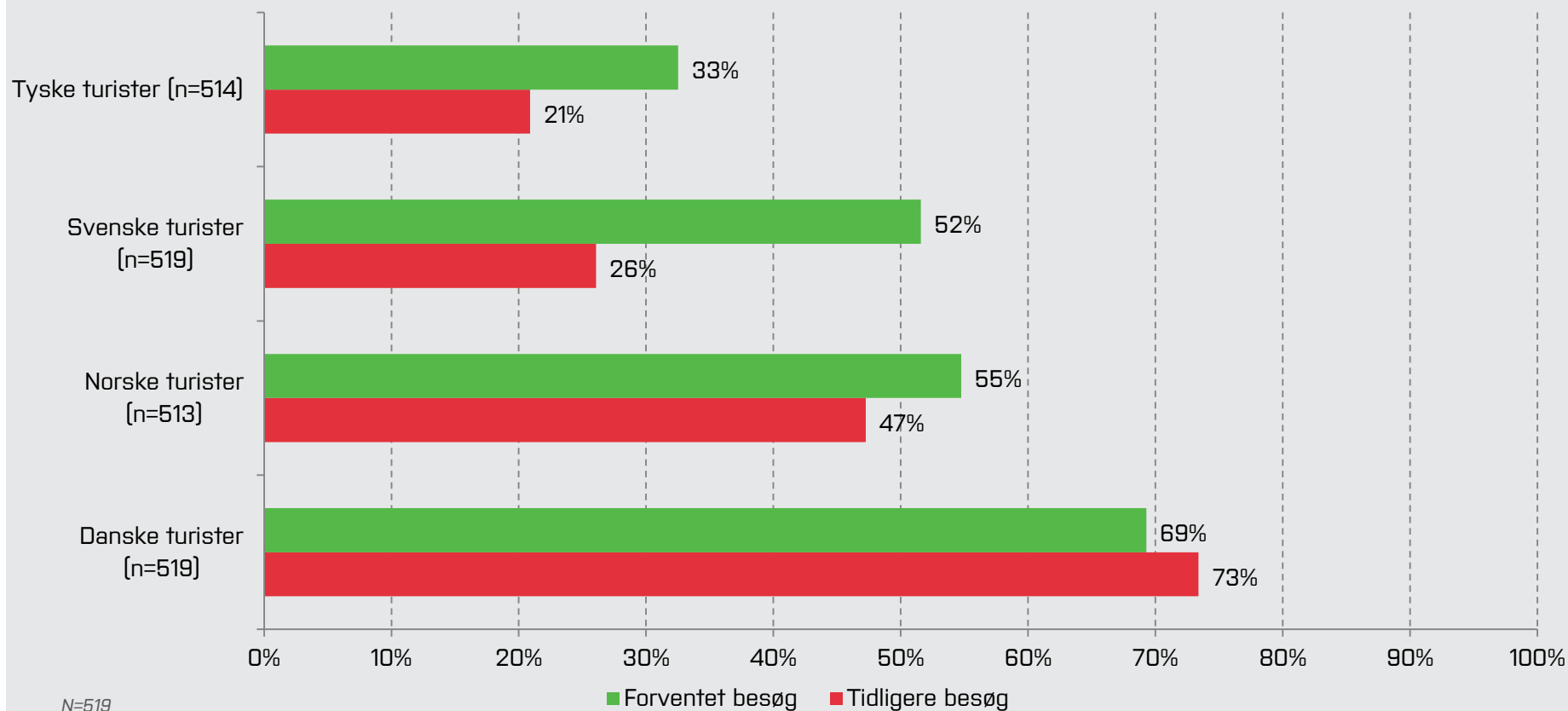
Andel tyskere med forventet besøg i kystferiebyerne de kommende fem år

Hvilke af følgende kystferiebyer i Danmark forventer du at besøge på et kortere eller længere privat ferieophold inden for de kommende fem år?

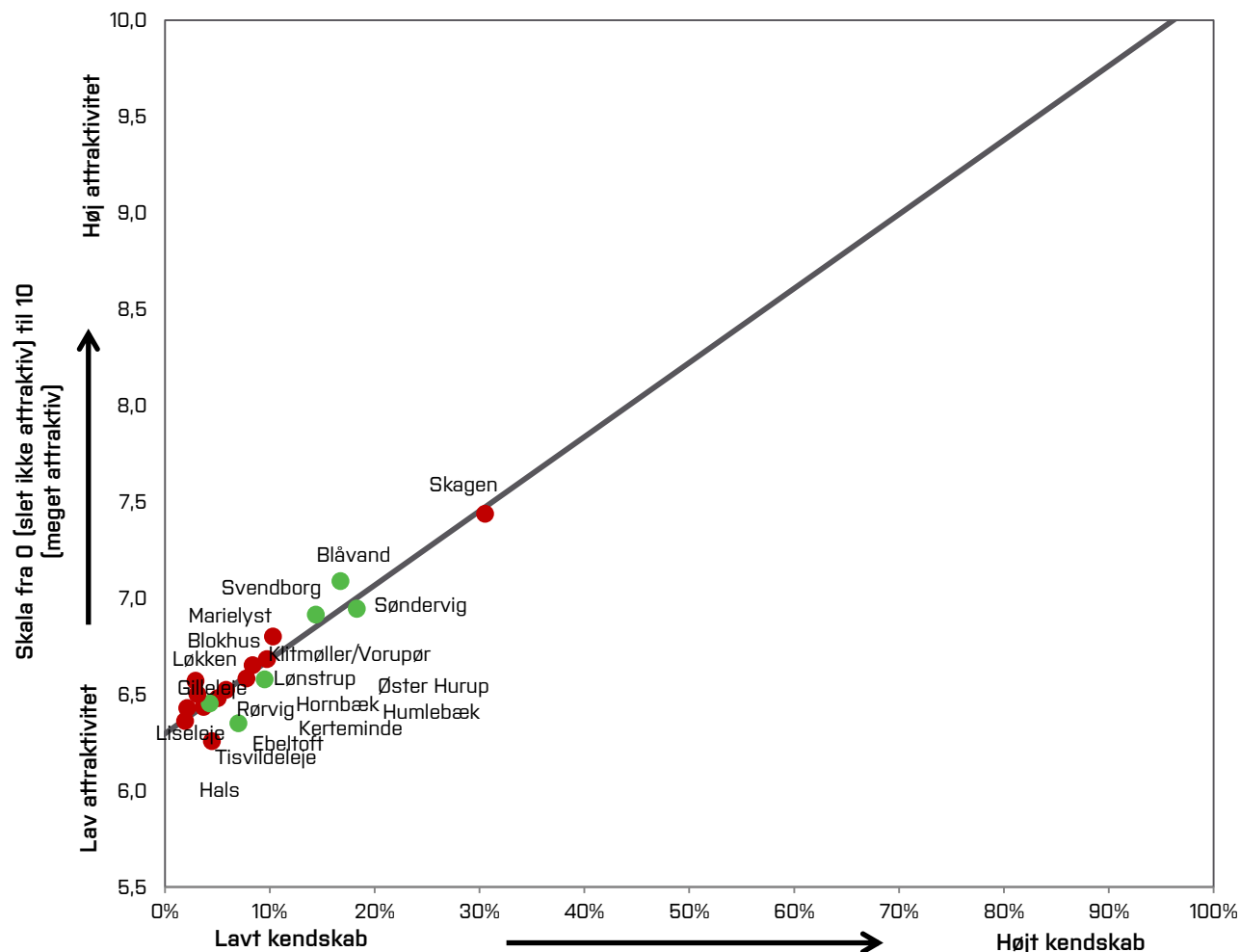


Andele i de fire markeder med tidligere/forventet besøg

Tidligere besøg i en af de undersøgte kystbyer inden for de seneste tre år og forventet besøg i én af de undersøgte byer inden for de kommende fem år for hvert af de fire markeder.



Sammenhæng mellem kendskab og attraktivitet i Tyskland



Sammenhængen i tyskernes vurderinger

- Figuren til venstre viser sammenhængen mellem kendskabet til de danske kystferiebyer og deres attraktivitet, som det vurderes af de tyske turister. Målet for destinationerne må derfor ideelt set være at ligge så langt oppe i højre hjørne som muligt.
- Figuren viser en meget tæt sammenhæng mellem kendskab og attraktivitet i det tyske marked: Hvis kendskabet er stort tenderer destinationen også til at blive vurderet markant mere attraktivt.
- Igen trækkes den relative skala i et vist omfang af Skagen, der også i det tyske marked scorer væsentligt højere end de øvrige destinationer på både attraktivitet og kendskab. Også Blåvand, Søndervig og Svendborg scorer dog højt. De fleste øvrige destinationer placerer sig igen i området nederst til venstre med mindre variationer destinationerne imellem.

3

Turisternes præferencer og præferencernes betydning for ferievalg

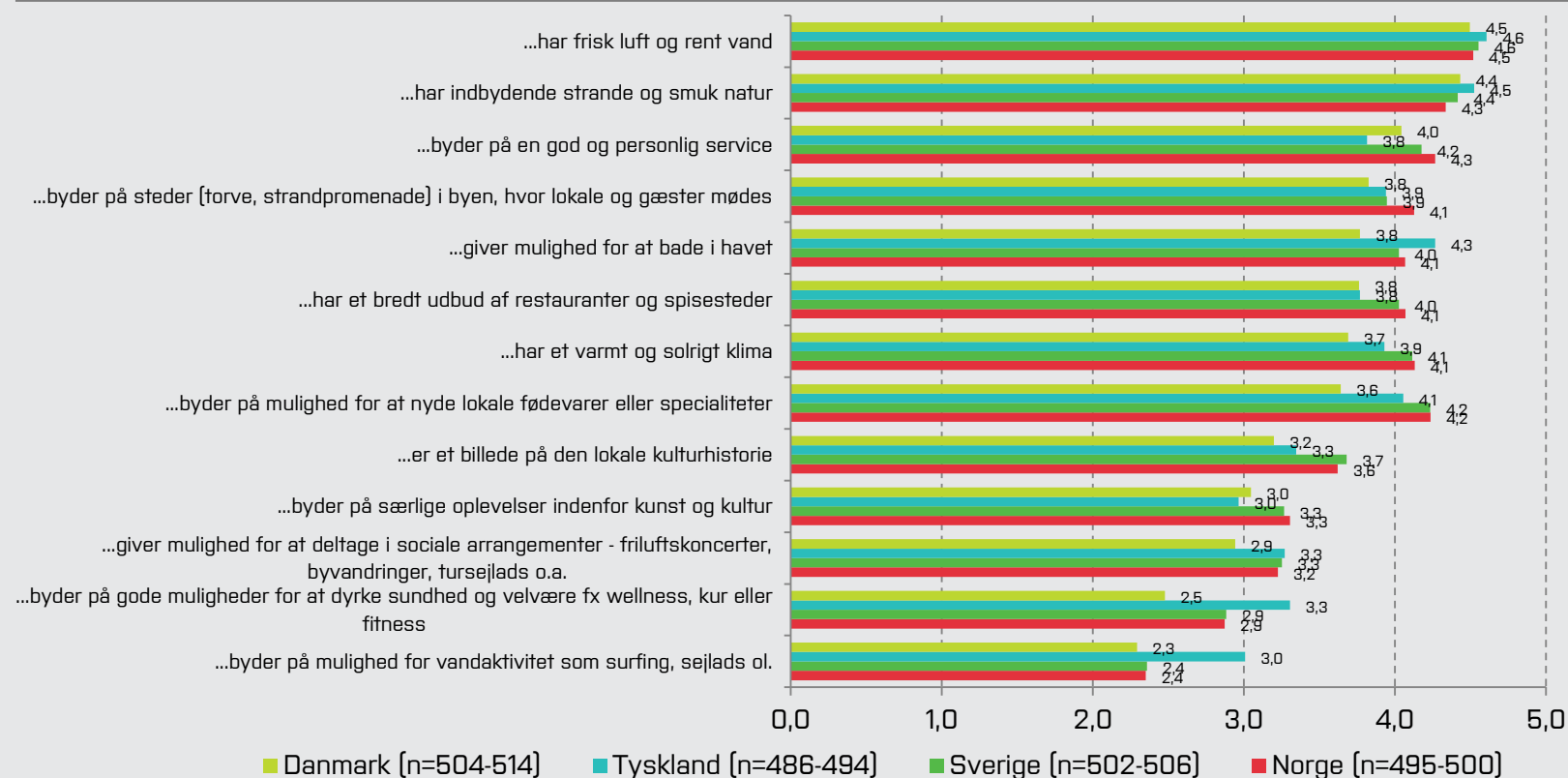
I dette afsnit præsenteres turisternes feriepræferencer fordelt på de fire markeder. Herefter vises det for de enkelte lande, hvilke præferencer der har størst betydning for turisternes sandsynlighed for at vælge en dansk kystby som feriedestination.

Turisternes feriepræferencer fordelt på hjemland

Omfatter både ikke-sandsynlige og sandsynlige kystturister

Hvad lægger du vægt på, når du holder ferie i en by ved kysten? Gennemsnit (1 er "slet ikke vigtigt" og 5 er "meget vigtigt").

At kystbyen, som jeg holder ferie i...

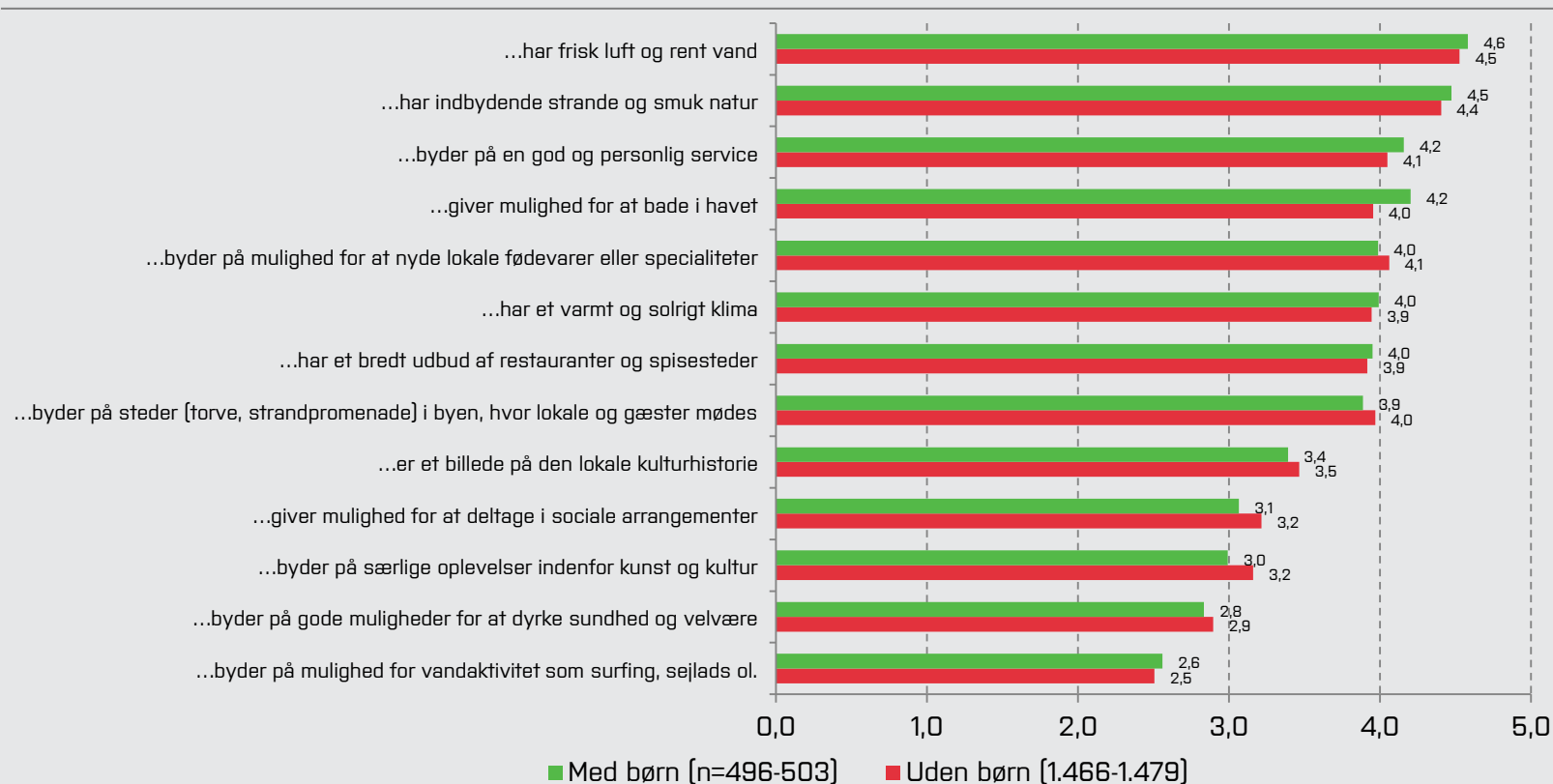


Turisternes feriepræferencer fordelt på, om de ferierer med eller uden børn

Omfatter både ikke-sandsynlige og sandsynlige kystturister

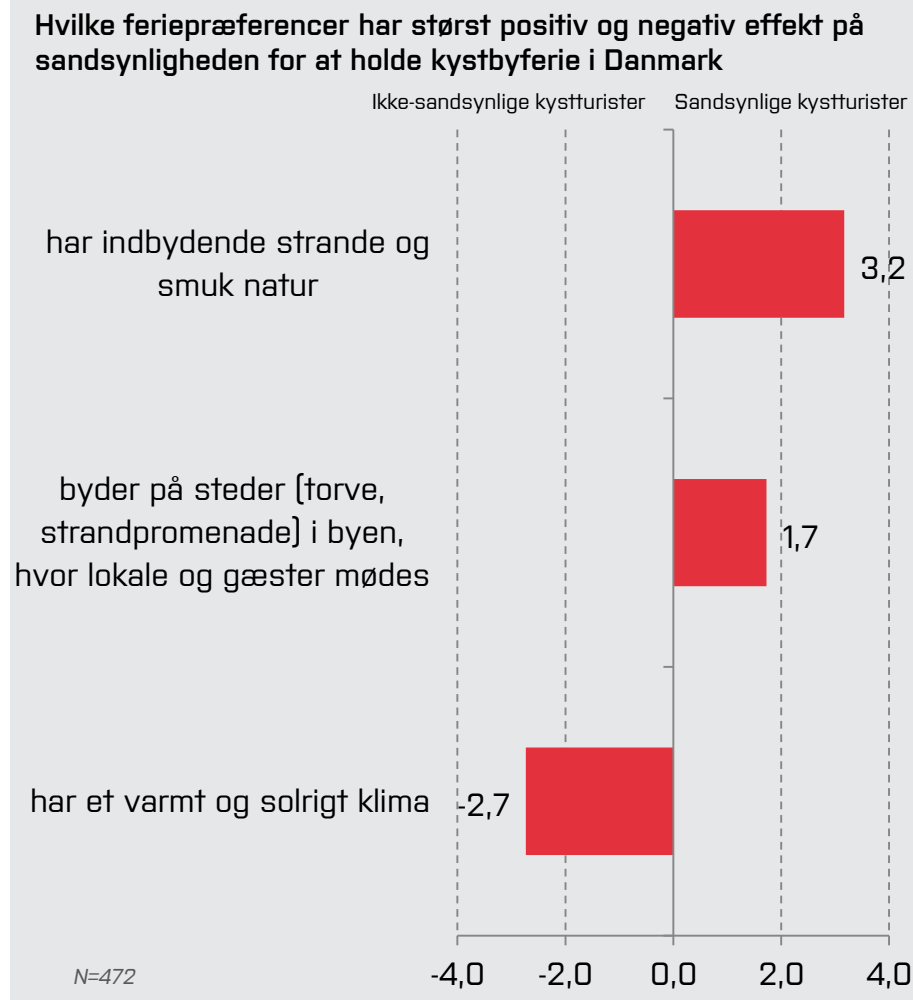
Hvad lægger du vægt på, når du holder ferie i en by ved kysten? Gennemsnit (1 er "slet ikke vigtigt" og 5 er "meget vigtigt").

At kystbyen, som jeg holder ferie i...



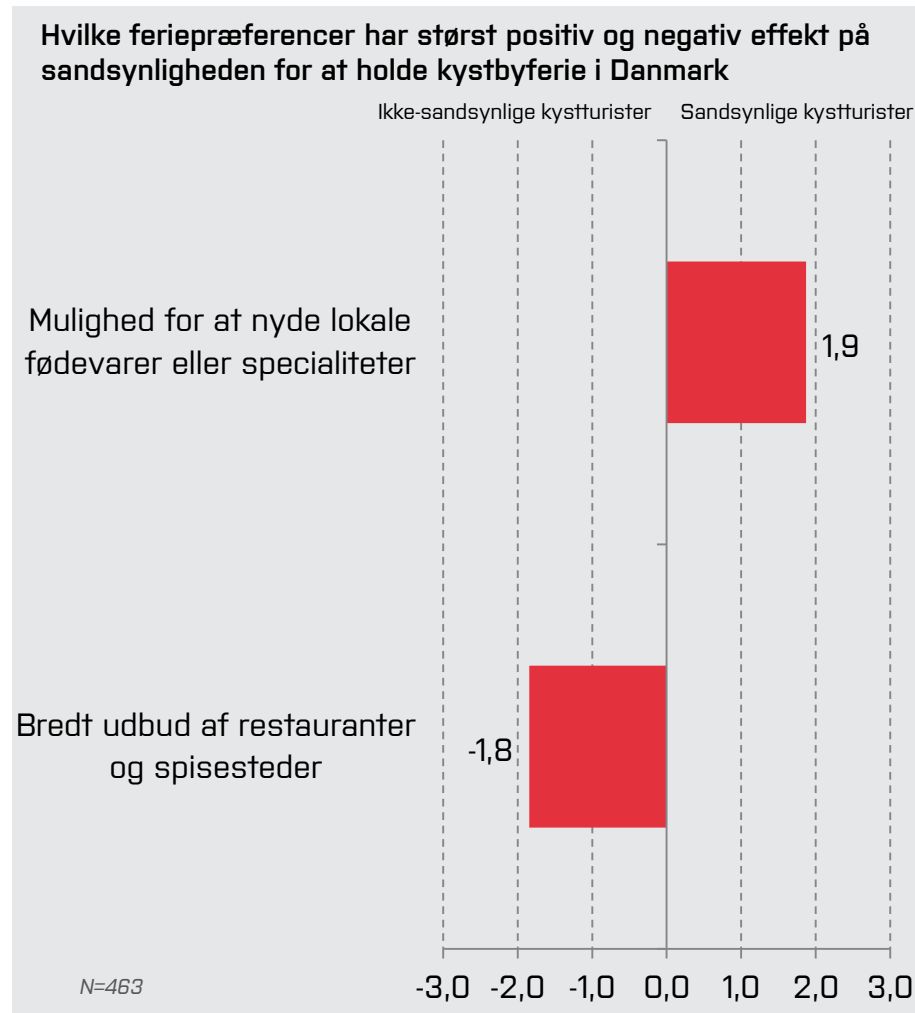
Effekten af danskernes feriepræferencer på sandsynligheden for at holde kystferie i Danmark

- Figuren viser, hvordan danskernes feriepræferencer påvirker deres sandsynlighed for at tage på ferie i en kystferieby i Danmark, inden for de kommende fem år. Mærkaterne "Ikke-sandsynlige kystturister" og "Sandsynlige kystturister" betyder derfor, at søjler, der peger mod venstre indikerer en negativ effekt på sandsynligheden for at blive turist i de danske kystbyer, mens søjler, som peger mod højre, indikerer en positiv effekt på sandsynlighed en for at blive kystbyturist i Danmark.
- Kun præferencer med en statistisk signifikant effekt er vist i figuren.
- At finde *indbydende strande og smuk natur* vigtigt øger danskernes sandsynlighed for at holde ferie i Danmark. Respondenter, der synes dette er meget vigtigt, ligger mere end tre point højere på en skala fra 0 til 10 for sandsynligheden for at ville holde kystferie i Danmark.
- *Steder, hvor lokale og gæster kan mødes*, har også en positiv effekt på sandsynligheden for at ville holde kystbyferie i Danmark, mens respondenter, der lægger vægt på *et varmt og solrigt klima*, er mindre tilbøjelige til at ville tage til Danmark på kystbyferie.
- Samlet tyder dette på, at de danske kystferiebyer har lettest ved at tiltrække indenlandske turister, der lægger vægt på natur og lokalkultur. Til gengæld har danskerne ikke tiltro til, at hjemlandets kystferiebyer er et godt sted at være, hvis man vil have varmt solrigt vejr.



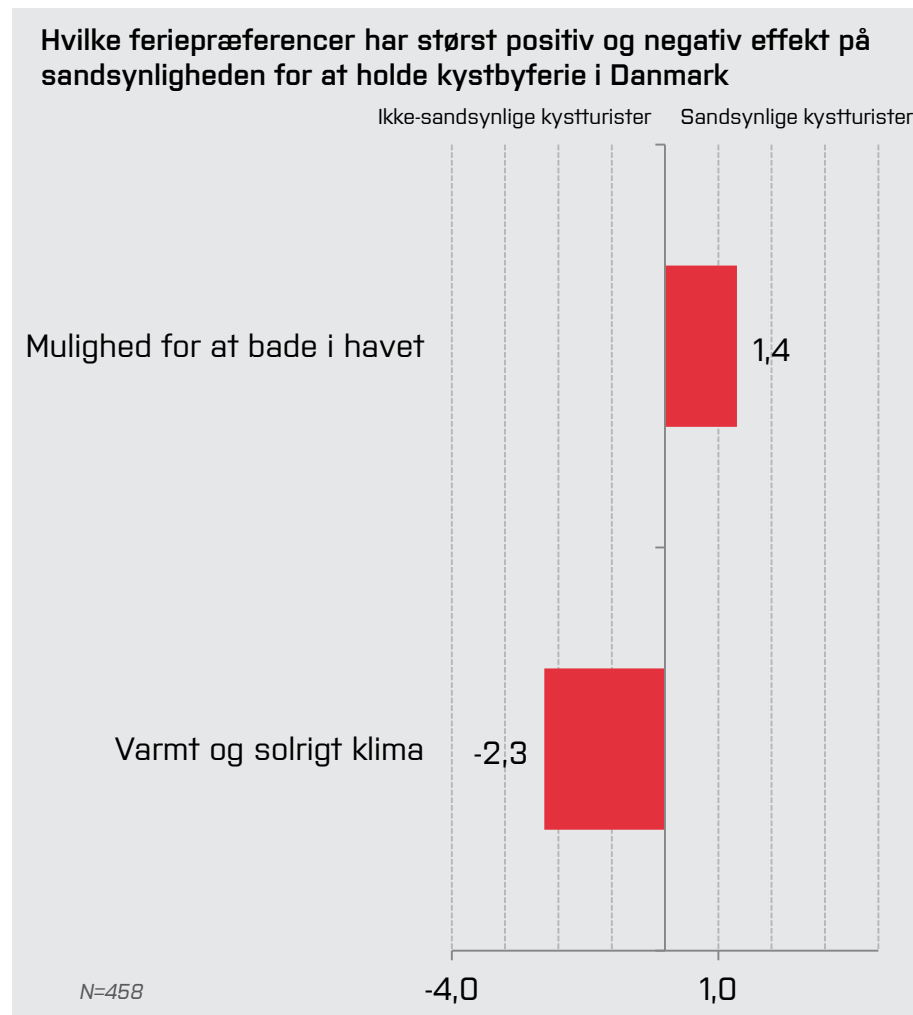
Effekten af nordmændenes feriepræferencer på sandsynligheden for at holde kystferie i Danmark

- Figuren viser, hvordan nordmændenes feriepræferencer påvirker deres sandsynlighed for at tage på ferie i en kystferieby i Danmark, inden for de kommende fem år. Mærkaterne "Ikke-sandsynlige kystturister" og "Sandsynlige kystturister" betyder derfor, at søjler, der peger mod venstre indikerer en negativ effekt på sandsynligheden for at blive turist i de danske kystbyer, mens søjler, som peger mod højre, indikerer en positiv effekt på sandsynlighed en for at blive kystbyturist i Danmark.
- Kun præferencer med en statistisk signifikant effekt er vist i figuren.
- Nordmænd, der lægger stor vægt på *muligheden for at nyde lokale fødevarer eller specialiteter*, ligger knap to point højere på en skala fra 0 til 10 for sandsynligheden for at ville holde kystferie i Danmark, sammenlignet med nordmænd, som slet ikke finder dette vigtigt.
- Derimod er nordmænd, som finder et *bredt udbud af restauranter og spisesteder* vigtigt, tilsvarende mindre tilbøjelige til at ville tage på ferie i Danmark.
- De danske kystferiebyer har følgelig lettest ved at tiltrække norske turister, der lægger vægt på muligheden for at nyde lokale fødevarer eller specialiteter, mens de til gengæld har sværere ved at tiltrække de turister, der lægger vægt på et mere generelt bredt udbud af spisesteder.



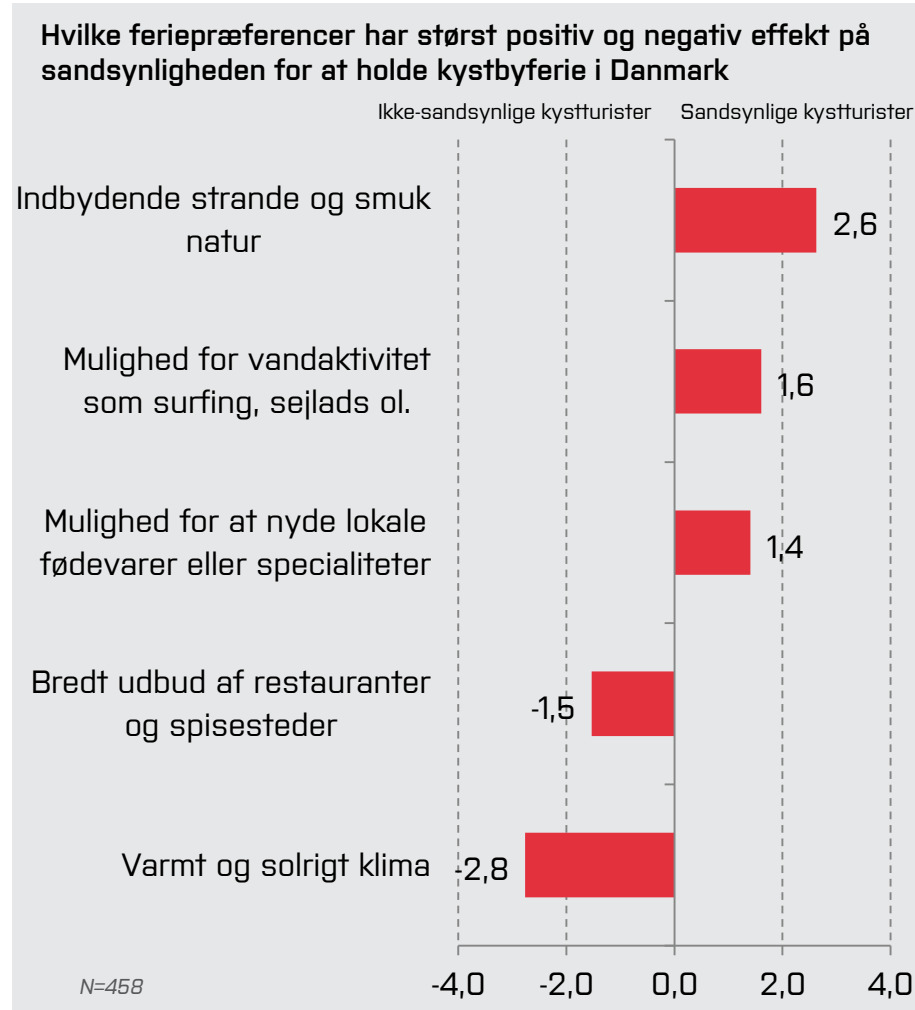
Effekten af svenskernes feriepræferencer på sandsynligheden for at holde kystferie i Danmark

- Figuren viser, hvordan svenskernes feriepræferencer påvirker deres sandsynlighed for at tage på ferie i en kystferieby i Danmark, inden for de kommende fem år. Mærkaterne "Ikke-sandsynlige kystturister" og "Sandsynlige kystturister" betyder derfor, at søjler, der peger mod venstre indikerer en negativ effekt på sandsynligheden for at blive turist i de danske kystbyer, mens søjler, som peger mod højre, indikerer en positiv effekt på sandsynlighed en for at blive kystbyturist i Danmark.
- Kun præferencer med en statistisk signifikant effekt er vist i figuren.
- Svenskere, som lægger stor vægt på *muligheden for at bade i havet*, ligger knap halvandet point højere på en skala fra 0 til 10 for sandsynligheden for at ville holde kystferie i Danmark, sammenlignet med svenskere, der slet ikke finder dette vigtigt.
- Omvendt har det en forholdsvis stærk negativ effekt på sandsynligheden for at tage til Danmark på kystbyferie, hvis man finder *et varmt og solrigt klima* meget vigtigt.
- Med andre ord tyder det på, at de danske kystferiebyer har lettere ved at tiltrække svenske turister, der lægger vægt på at komme ud at bade i havet, end turister som sætter temperaturer og solskinstimer højt på dagsordenen.



Effekten af tyskernes feriepræferencer på sandsynligheden for at holde kystferie i Danmark

- Figuren viser, hvordan tyskernes feriepræferencer påvirker deres sandsynlighed for at tage på ferie i en kystferieby i Danmark, inden for de kommende fem år. Mærkaterne "Ikke-sandsynlige kystturister" og "Sandsynlige kystturister" betyder derfor, at søjler, der peger mod venstre indikerer en negativ effekt på sandsynligheden for at blive turist i de danske kystbyer, mens søjler, som peger mod højre, indikerer en positiv effekt på sandsynlighed en for at blive kystbyturist i Danmark.
- Kun præferencer med en statistisk signifikant effekt er vist i figuren.
- Figuren viser, at det først og fremmest er tyskere, som lægger stor vægt på indbydende strande og smuk natur, der overvejer at tage på kystbyferie i Danmark. Denne gruppes selvvalgte sandsynlighed for at komme til Danmark på kystbyferie er mere en 25 procentpoint højere end for tyskere, som slet ikke finder dette vigtigt.
- Også tyskere, som synes, at muligheder for vandaktiviteter og muligheder for at nyde lokale specialiteter er en vigtig parameter i planlægningen af en kystbyferie, vurderer det som mere sandsynligt, at turen skal gå til en dansk kystby.
- Til gengæld er de tyskere, der synes, at et *bredt udbud af restauranter og spisesteder* og et *varmt og solrigt klima* er vigtigt, når de holder kystbyferie, mindre tilbøjelige til at vurdere det som sandsynligt at turen kommer til at gå til Danmark.



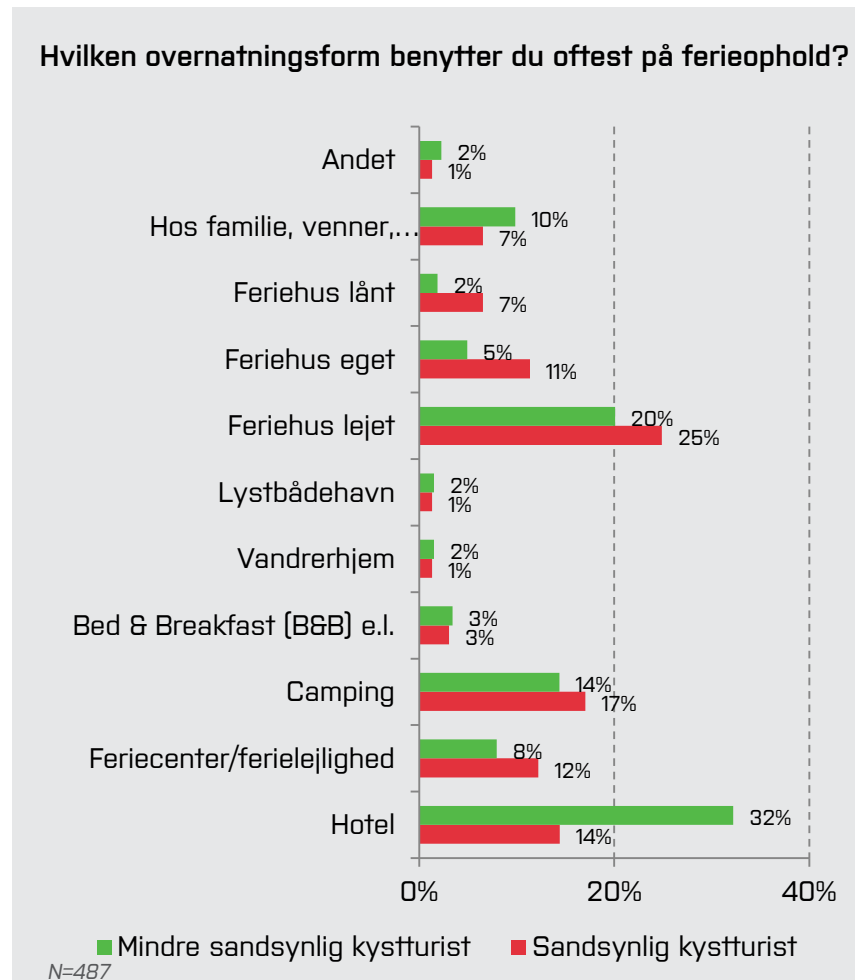
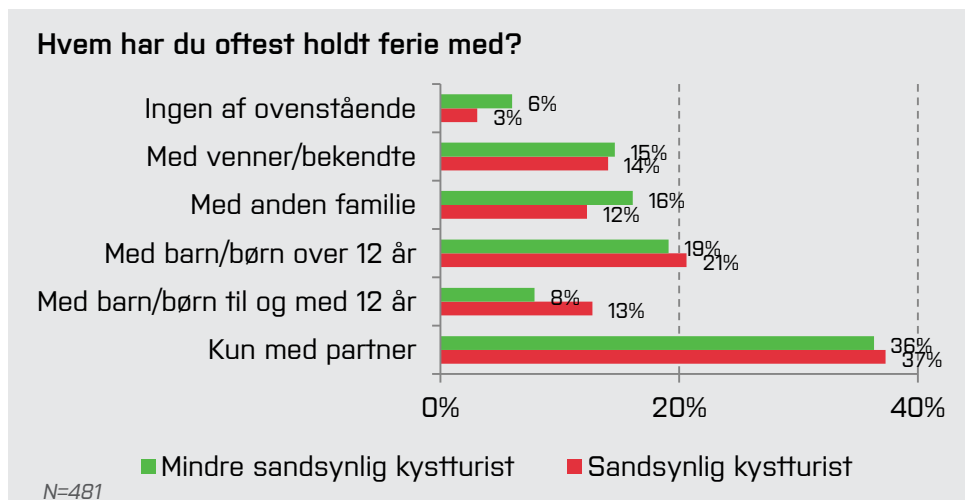
4

Fremtidens kystturist

I dette afsnit sammenlignes ferieadfærden for turister med størst og turister med mindre sandsynlighed for at tage på dansk kystbyferie. Herudover vises turisternes loyalitet over for de danske kystdestinationer, forstået som sandsynligheden for at vende tilbage til en af fokusbyerne, hvis man tidligere har ferieret der.

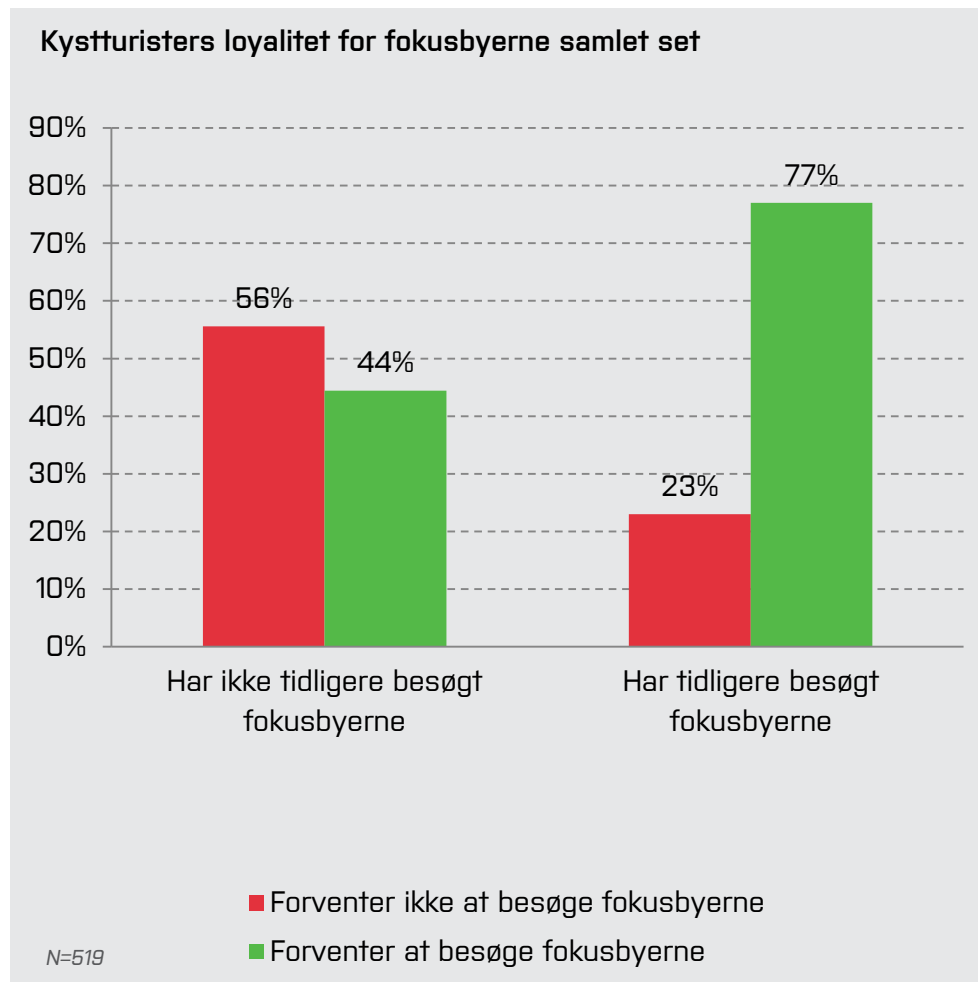
Danske kystturisters ferieadfærd

- Figurerne viser, at kun 14 % af de sandsynlige kystturister oftest benytter hotel som overnatningsform på ferier, hvilket også relativt set er markant færre end andelen blandt de mindre sandsynlige kystturister. Mere populære overnatningsformer er lejet feriehus og camping.
- Mht. til hvem danskerne oftest holder ferie med, er der ikke store forskelle på kystturister og ikke-kystturister, idet det mest almindelige for begge er ferier kun med partneren. Kystturisterne er dog lidt mindre tilbøjelige end andre til også at holde ferie med andre familier.



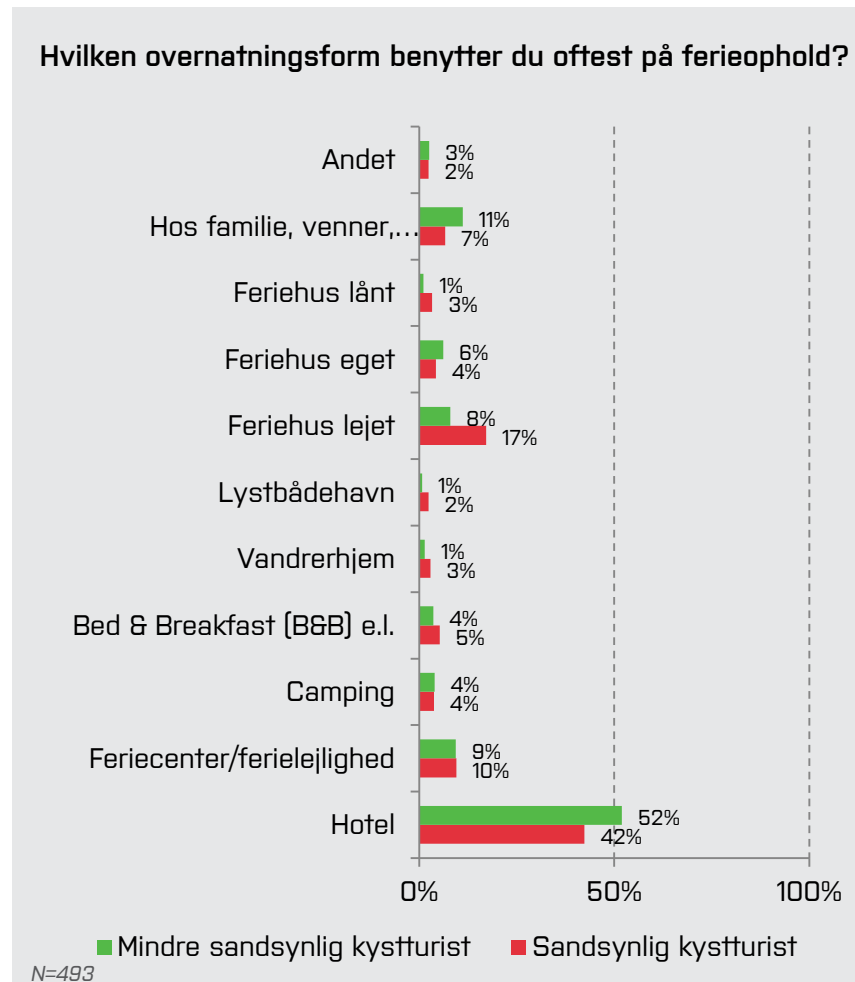
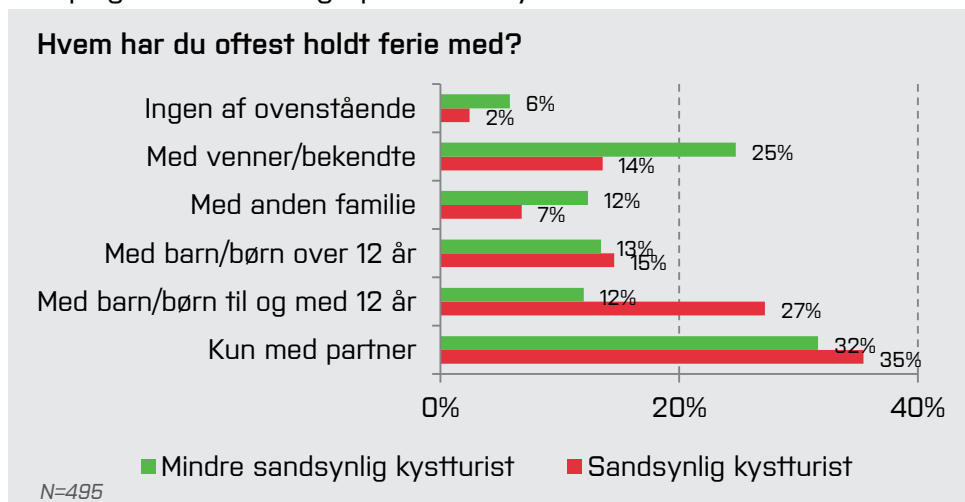
Danske kystturisters loyalitet

- Figuren viser sammenhængen mellem tidligere at have besøgt en dansk kystferieby og forvente at besøge en igen inden for de kommende fem år. Sammenhængen er vist for de 13 fokusbyer under ét.
- Det ses, at der er en meget markant loyalitetseffekt, således at de der tidligere har besøgt en af byerne i gruppen også forventer at gøre det igen i de kommende år.



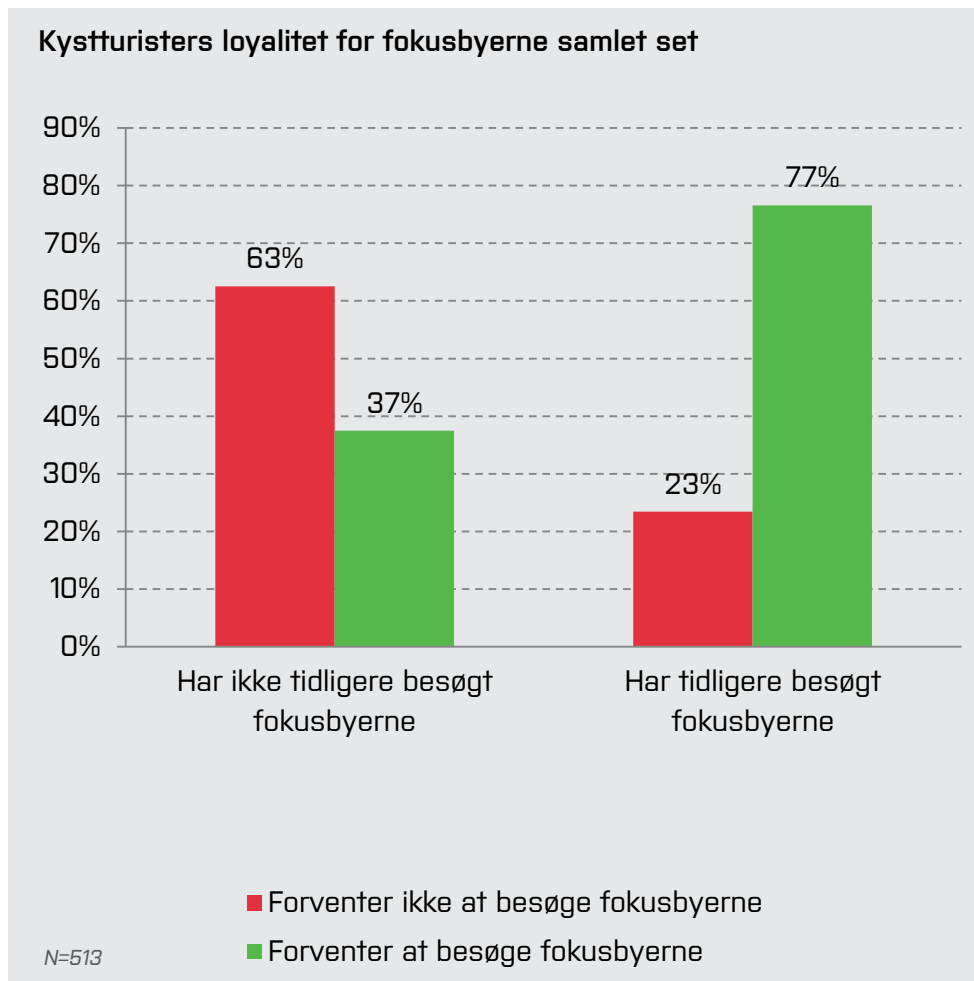
Norske kystturisters ferieadfærd

- Figurerne viser, at omtrent 4 ud af 10 af de sandsynlige norske kystturister oftest benytter hotel som overnatningsform på ferier, hvilket relativt set er færre end andelen blandt de mindre sandsynlige kystturister. Lejet feriehus er en anden hyppig ferieform for de sandsynlige kystturister, om end hotelgæsterne stadig dominerer antalsmæssigt.
- Desuden ses det, at både kyst- ikke-kystturister oftest kun rejser med deres partner, mens hver fjerde kystturist rejser med venner/bekendte, hvilket er en betydeligt større andel end blandt de mindre sandsynlige kystturister. Herudover er de nordmænd, der rejser med børn op til 12 år hyppigere blandt de turister, der er mest tilbøjelige til at ville tage på dansk kystferie.



Norske kystturisters loyalitet

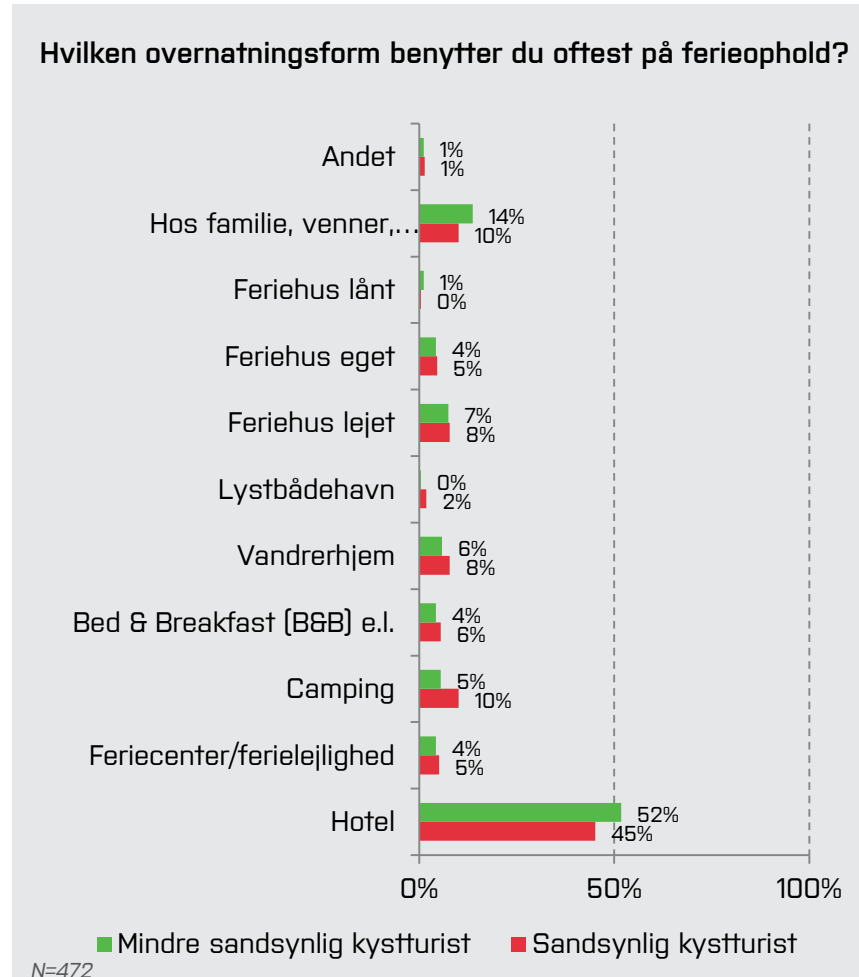
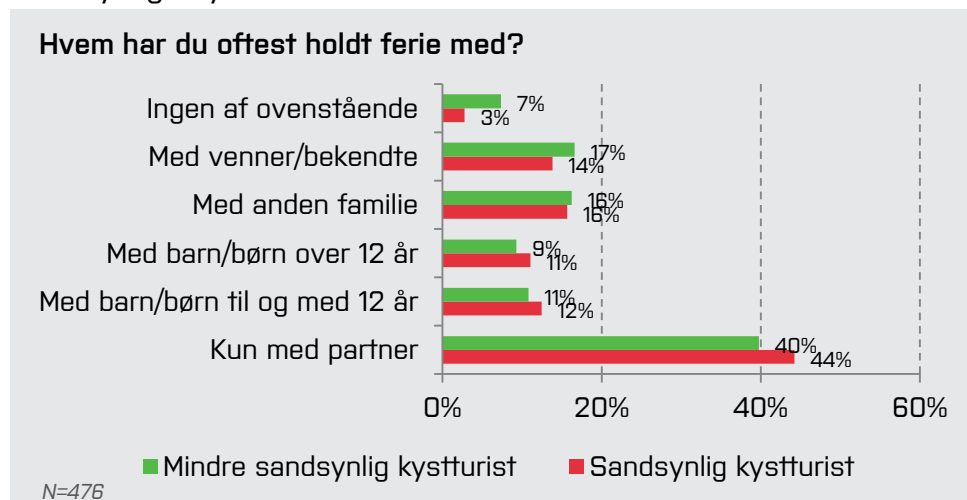
- Figuren viser sammenhængen mellem tidligere at have besøgt en dansk kystferieby og forvente at besøge en igen inden for de kommende fem år. Sammenhængen er vist for de 13 fokusbyer under ét.
- Som det fremgår, er loyaliteten stor, og næsten 8 ud af 10 forventer at besøge byerne igen.



Svenske kystturisters ferieadfærd

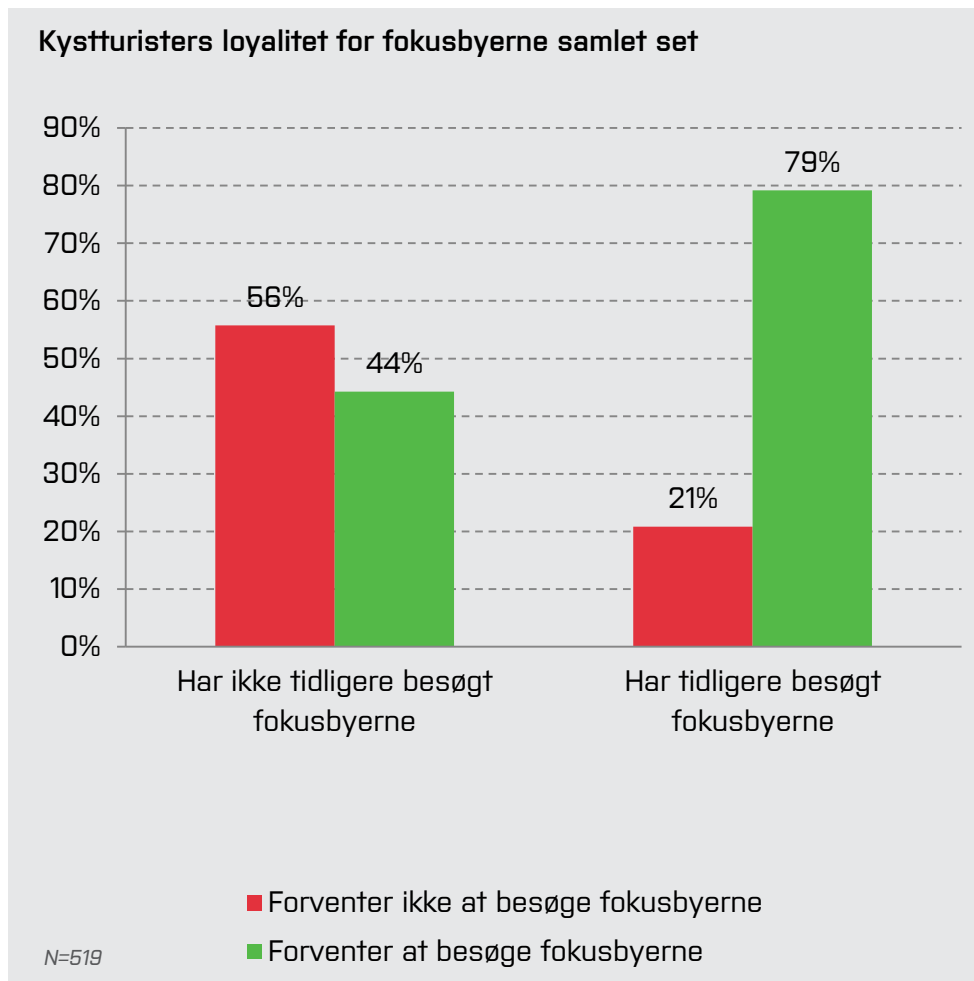
▪ Figuren til højre viser, at hotel er den hyppigste overnatningsform for hovedparten af de svenske kystturister, selvom disse er lidt mindre tilbøjelige til at benytte denne overnatningsform end de mindre sandsynlige kystturister. Kystturisterne er også lidt mindre tilbøjelige til at overnatte hos familie og venner, men derimod lidt mere tilbøjelige til campere.

▪ I figuren nedenfor ses det, at de meget og de mindre sandsynlige kystturisters rejsemønster minder meget om hinandens, hvad angår deres rejsefæller. For begge vedkommende er langt det mest almindelige kun at rejse med ens partner, om end kystturisterne er lidt mere tilbøjelige til dette sammenlignet med de mindre sandsynlige kystturister.



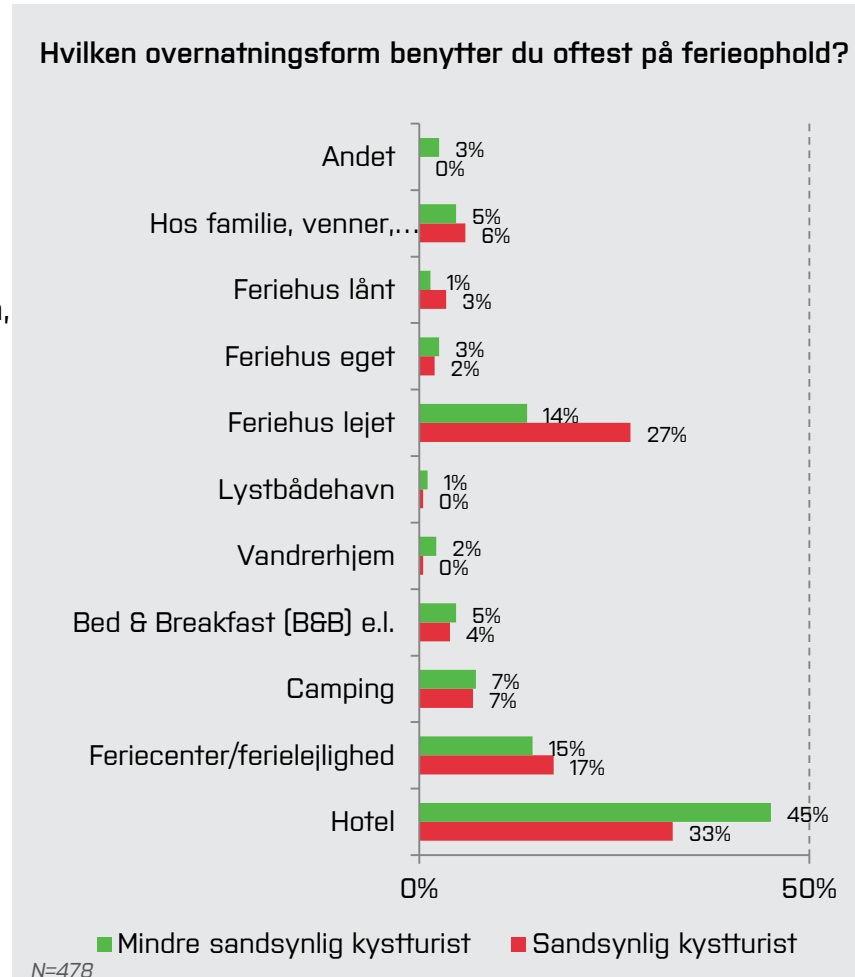
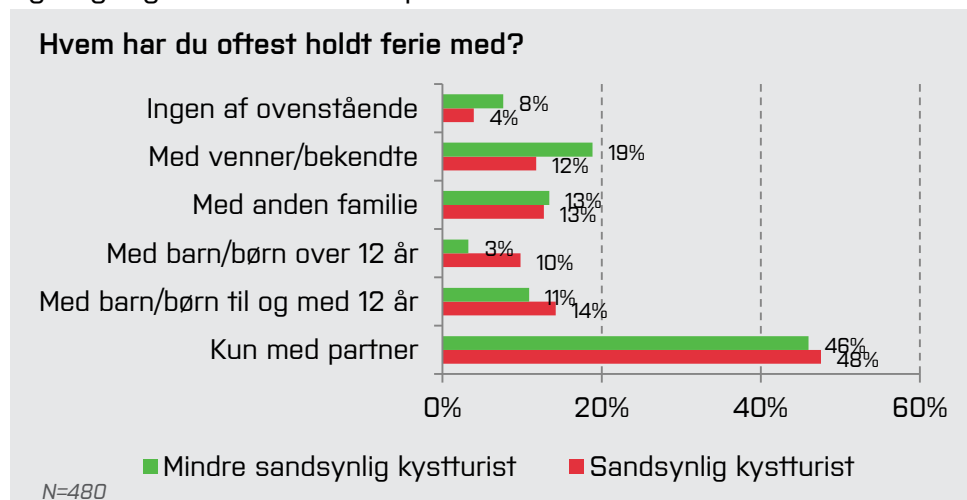
Svenske kystturisters loyalitet

- Figuren viser sammenhængen mellem tidligere at have besøgt en dansk kystferieby og forvente at besøge en igen inden for de kommende fem år. Sammenhængen er vist for de 13 fokusbyer under ét.
- Det ses, at der igen er en meget markant loyalitetseffekt, således at de, der tidligere har besøgt en af byerne, også forventer at gøre det igen i de kommende år.



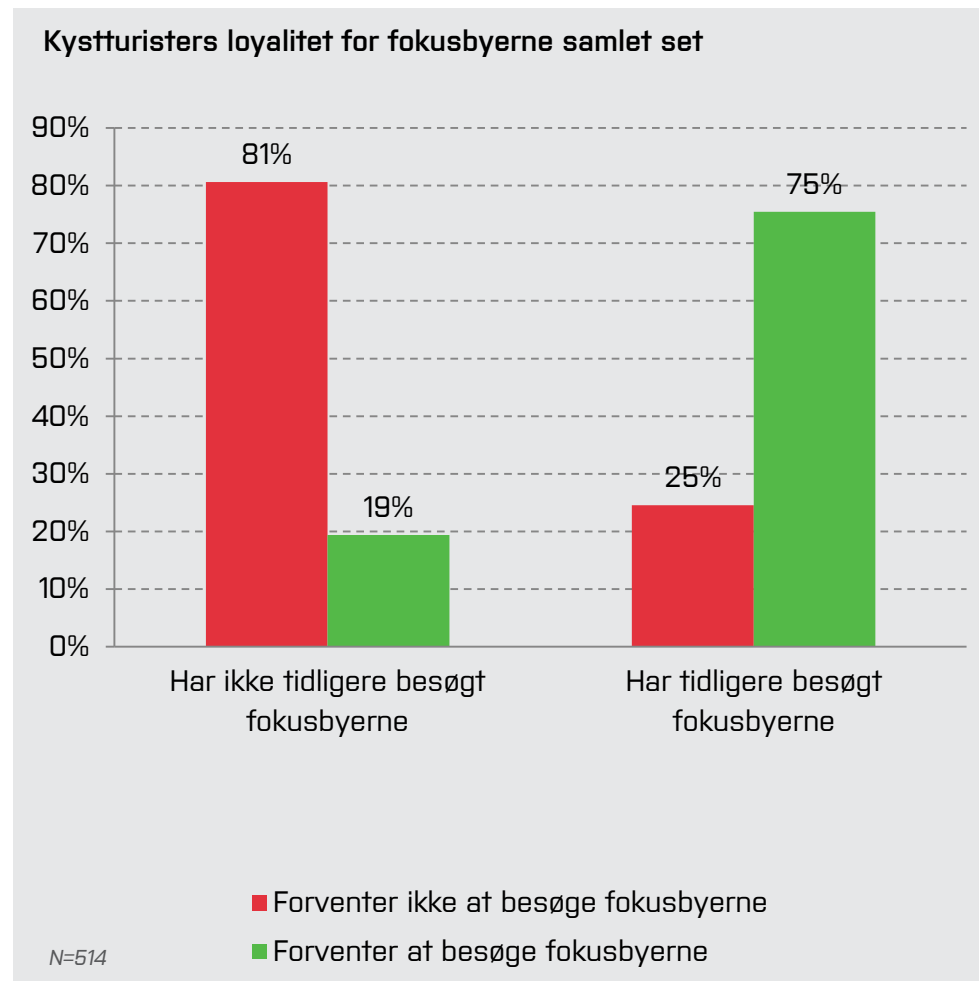
Tyske kystturisters ferieadfærd

- De mest sandsynlige tyske kystturister er ligesom turister fra de øvrige lande underrepræsenteret i den gruppe, der oftest overnatter på hotel under ferierne. Mere en hver tredje foretrækker dog stadig denne overnatningsform. Til gengæld er kystturisterne overrepræsenterede i den gruppe, der bor i lejet feriehus, hvor andelen er omtrent dobbelt så stor i gruppen af de mere sandsynlige kystturister.
- Gruppernes rejsemønster minder mere om hinanden, når der ses på, hvilke rejsefæller ferien foretages med (figuren nedenunder). Begge rejser oftest kun med deres partner, mens de mest sandsynlige kystturister er lidt mindre tilbøjelige til at rejse med venner/bekendte og til gengæld mere til at rejse med børn.



Tyske kystturisters loyalitet

- Figuren viser sammenhængen mellem tidligere at have besøgt en dansk kystferieby og at forvente at besøge en kystby igen inden for de kommende fem år. Sammenhængen er vist for de 13 fokusbyer under ét.
- Det ses, at der er en meget markant loyalitetseffekt, således at de, der tidligere har besøgt en af byerne, også forventer at gøre det igen i de kommende år.

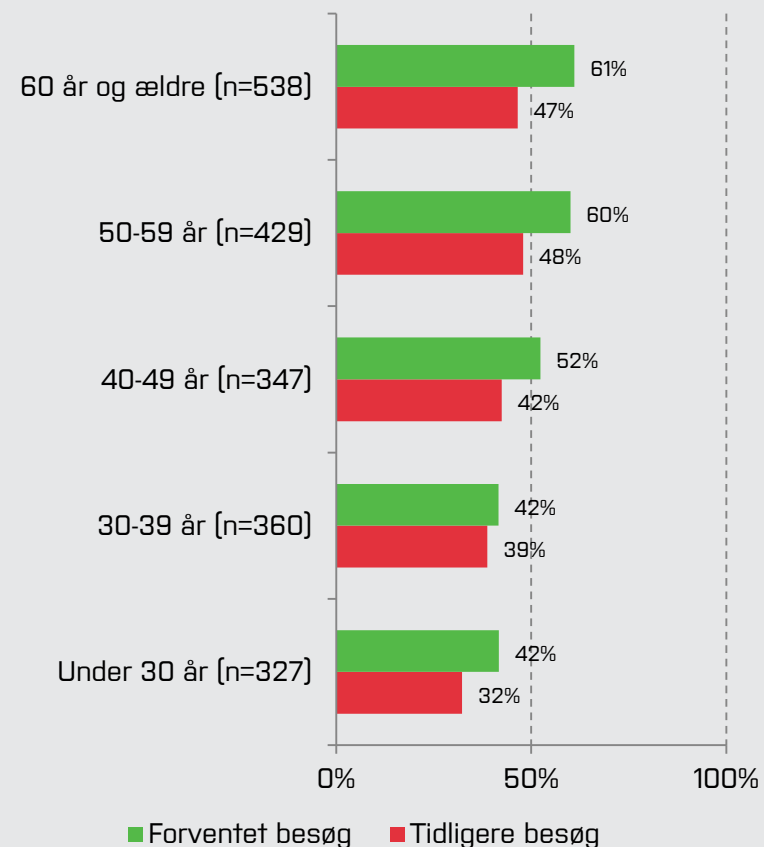


Kystturisters besøg i forhold til alder

Omfatter alle fire markeder – Danmark, Norge, Sverige, Tyskland

- Figuren viser sammenhængen mellem alder og tidligere (inden for de seneste tre år) samt forventet (inden for de kommende fem år) besøg i en dansk kystby. Sammenhængen er vist for alle fire markeder under ét.
- Figuren viser to tendenser. For det første kan det interessant nok ses, at der i alle aldersgrupper er flere, som forventer at besøge en af kystbyerne, end som tidligere har besøgt en af dem. Det kan dog ikke afvises, at en del af forklaringen herpå skyldes den forskellige tidshorisont i de to spørgsmål, skrevet i parenteserne ovenfor.
- Derudover ses det, at der er en klar tendens til, at de ældre aldersgrupper både er mere tilbøjelige til tidligere at have besøgt en dansk kystby, men især er mere tilbøjelige til at forvente at ville besøge en af dem.
- Eksempelvis forventer mere end 6 ud af 10, som er 60 år eller ældre, således at besøge en af de undersøgte danske kystbyer, mens det samme kun gør gældende for omkring 4 ud af 10 af dem under 40 år.

Sammenhæng mellem tidligere/forventede besøg og alder

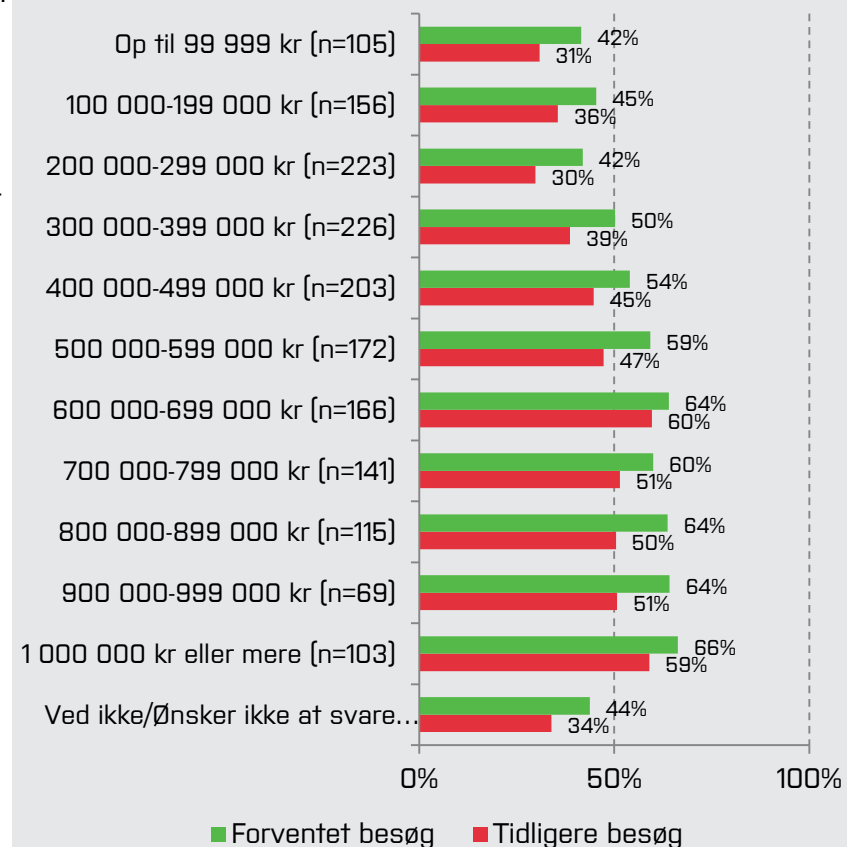


Kystturisters besøg i forhold til indkomst

Omfatter alle fire markeder – Danmark, Norge, Sverige, Tyskland

- Figuren viser sammenhængen mellem husholdningsindkomst og tidligere (inden for de seneste tre år) samt forventet (inden for de kommende fem år) besøg i en dansk kystby. Sammenhængen er vist for alle fire markeder under ét.
- De højeste indkomstgrupper, fra en husholdningsindkomst 600.000 og højere, er mest tilbøjelige til at forvente at holde ferie i en dansk kystby inden for de kommende fem år, mens grupperne med husholdningsindkomster under 400.000 i noget mindre grad forventer at tage på en dansk kystbyferie.
- Der er ikke noget entydigt mønster på tværs af indkomstgrupper i, hvor stor forskellen er mellem andelen inden for en indkomstgruppe, som henholdsvis tidligere har besøgt eller forventer at besøge en dansk kystby. Størst er forskellene dog i indkomstgrupperne 800.000-899.000 og 900.000-999.000 kr., hvor mere end 13 procentpoint flere forventer at besøge en af de danske kystbyer end hvor mange, der tidligere har besøgt dem, mens den mindste forskel er i indkomstgruppen 600.000-699.000, hvor kun omkring 4 procentpoint flere forventer at besøge en af kystferiebyerne.

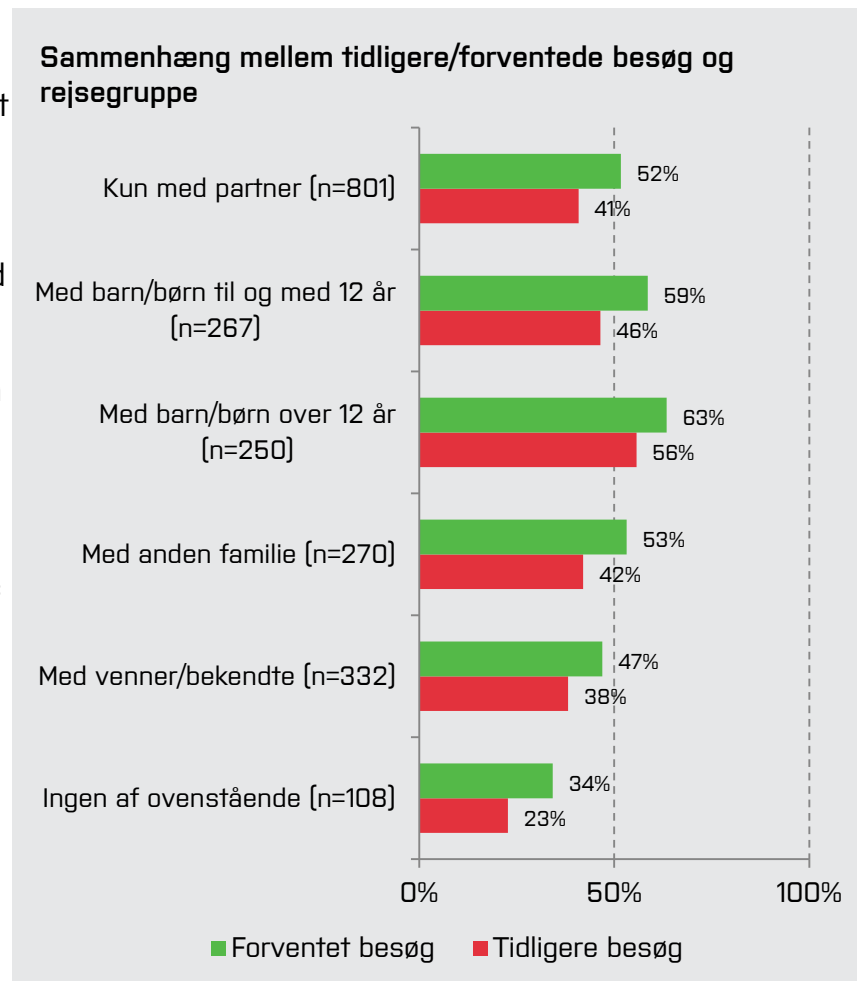
Sammenhæng mellem tidligere/forventede besøg og indkomst



Kystturisters besøg i forhold til rejsegruppe

Omfatter alle fire markeder – Danmark, Norge, Sverige, Tyskland

- Figuren viser sammenhængen mellem rejsegruppesammensætning og tidligere (inden for de seneste tre år) samt forventet (inden for de kommende fem år) besøg i en dansk kystby. Sammenhængen er vist for alle fire markeder under ét.
- Det kan bl.a. aflæses i figuren, at det især er turister, som rejser med børn op til 12 år, der i højere grad forventer at ville besøge en af de danske kystbyer, når der sammenlignes med tidligere rejseadfærd målt ved spørgsmålet om tidligere besøg. Omvendt er det særligt turister, som rejser med børn over 12 år (og til dels også turister, der rejser med venner og bekendte), der ikke forventer at ville besøge en af destinationerne, når de forventede besøg igen betragtes relativt i forhold til gruppernes tidligere besøg.
- Hvis de enkelte gruppers absolutte størrelse tages i betragtning er det dog uden sammenligning fortsat turister, der kun rejser med deres partner, som kystbyerne bør forvente at se flest besøgende af i de kommende år.



MARTIN ØSTERVIG LARSEN
MANAGER

M: +45 41 88 73 06
E: MOL@EPINION.DK
EPINION
TOLDKAMMERET
NORDHAVNSGADE 1-3
DK-8000 ÅRHUS C

EPINION COPENHAGEN

RYESGADE 3F
2200 COPENHAGEN N
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TYA@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION AARHUS

NORDHAVNSGADE 1-3
8000 AARHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION OSLO

TOLLBUGATA 7
0152 OSLO
NORWAY
T: +47 40 45 89 00
E: MRB@EPINION.NO
W: WWW.EPINION.NO

EPINION MALMÖ

ADELGATAN 5
21122 MALMÖ
SWEDEN
T: +45 87 30 95 00
E: HAL@EPINION.SE
W: WWW.EPINION.SE

EPINION SAIGON

11TH FL, DINH LE BUILDING,
1 DINH LE, DIST. 4, HCMC
VIETNAM
T: +84 8 38 26 89 89
E: OFFICE@EPINION.VN
W: WWW.EPINION.VN