



Copyright © GfK Sverige AB, Lund 2008

Innehållet är skyddat enligt Lagen om upphovsrätt 1960:729 och får inte utan GfK Sverige AB:s medgivande reproduceras eller spridas i någon form, lagras i elektroniska media, visas på bildskärm eller upptas på band, vare sig det är fråga om hela materialet eller delar därav.

En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Beställare: Karin Ekebjär
Upplägg och rapport: Christina Persson
Genomförande: November 2008

Resmål – en positioneringsanalys och attitydundersökning

**Rapport
framtagen för**

**REGIONFÖRBUNDET
I KALMAR LÄN**

080015/december 2008

Framtagen av: GfK Sverige AB

Din kontakt: GfK Custom Research, Business Unit International,
Christina Persson

Direktnummer: +46 46 181671, Fax: +46 46 18 16 09,
E-post: christina.persson@gfk.com

Innehållsförteckning

1.	Bakgrund	3
2.	Syfte	3
3.	Genomförande	3
4.	Teknisk beskrivning	4
4.1	Tabell över felmarginaler	6
5.	Sammanfattning	7
5.1	Slutsatser och rekommendationer	7
6.	Resultat	8
6.1	KALMAR LÄN	8
6.2	SVERIGE	17
6.3	INTRESSE AV ATT BOKA VIA INTERNET OCH FAVORIT TRANSPORTMEDEL	20
7.	Datatabeller	22
	Kalmar län inklusive frågor om internet och transportmedel	Sida 1-99
	Sverige	Sida 1-71

- Bilaga:
1. Formulär Kalmar län inklusive frågor om internet och färdmedel
 2. Formulär Sverige

1. Bakgrund

Kommuner och företag i Kalmar län samverkar i ett projekt för att utveckla turismen i regionen.

Som ett led i detta arbete önskade man mäta kännedom och attityder rörande regionen i ett riksrepresentativt urval av män och kvinnor. GfK Sverige AB inbjöds att lämna förslag på en marknadsundersökning som skulle bidra till denna ökade kunskap. Förslaget accepterades och ett samarbete inleddes. Denna rapport är en uppföljning av den undersökning som under 2000 gick under arbetsnamnet Samverkan och under 2004 under Ringar på vattnet. I år är arbetsnamnet Projekt vinst.

2. Syfte

Syftet med undersökningen var att mäta kännedom om och attityder till resmål, turistattraktioner och evenemang i Kalmar län samt jämföra dessa med motsvarande i övriga Sverige.

3. Genomförande

Metod:	Personliga intervjuer inom ramen för GfK:s Personliga omnibus, dvs. inbokade besöksintervjuer i respondentens hem.
Urval:	Riksrepresentativt urval av män och kvinnor i ålder 15-74 år.
Urvalsstorlek:	n = 500 kompletta intervjuer.
Omfattning:	Se bilaga, frågeformulär.
Mätperiod:	Vecka 48, 2008

4. Teknisk beskrivning

Omnibusundersökning

GfK:s Personliga omnibus (POB) är en regelbundet återkommande undersökning bland den svenska allmänheten. Undersökningen är en så kallad "omnibus" vilket innebär att frågeformulärsutrymmet delas mellan olika uppdragsgivare.

Varje månad genomförs en sådan undersökning efter en fast tidsplan och varje undersökning genomförs på identiskt lika sätt för att möjliggöra jämförelser över tiden.

Urval

Inför varje POB-omgång dras ett urval av SPAR-registret via DAFA. Urvalet dras slumpmässigt inom de kommuner som ingår i GfK:s basurval. Basurvalet består av ett "**area sample**" som omfattar 56 olika områden, vilka tillsammans formar ett "Sverige i miniatyr". Urvalet är riksomfattande och avser den svenska befolkningen i åldern 15-74 år.

Respondenter

Frågeställningarna i en POB-omgång kan ställas till två olika målgrupper.

<u>Individ:</u>	De frågeställningar där resultatet främst är avsett att generaliseras till alla individer, dvs. den vuxna befolkningen i Sverige i åldern 15-74 år.
<u>Husmor:</u>	De frågeställningar som rör hushållet, intervjupersonen är "den person i hushållet som i första hand planerar och ansvarar för hushållets inköp av livsmedel och andra dagligvaror".

Genomförande av intervjuer

I en enskild POB-omgång genomförs 500 intervjuer. Urvalet kan vid behov ackumuleras till ett större underlag, t ex 1 000, 1 500, 2 000 intervjuer. Intervjuerna genomförs via PERSONLIGA BESÖK i respondentens hem.

Kvalitetsgranskning

Innan POB-omgången startar genomförs provintervjuer för att kontrollera att formuläret fungerar utan frågetecken. När POB-omgången har påbörjats granskas de första inkomna formulärens från varje intervjuare så att genomförandet sker enligt givna direktiv.

Den löpande kontakten med GfK:s 250 intervjuare sker via GfK:s tre "area managers".

En viktig kvalitetsfaktor är att intervjuarens arbete kontrolleras vid slumpmässiga stickprovskontroller bland ca 10 % av respondenterna. Kontrollen omfattar att intervju har ägt rum, att rätt person intervjuats samt intervjuarnas uppträdande.

Bortfall/vägningsförfarande

En utvald individ i ett hushåll substitueras aldrig. Om intervjun ej kunnat äga rum redovisas urvalspersonen som bortfall. Bortfallet i GfK:s POB varierar mellan 25 och 30 procent.

För att jämföra det insamlade intervjumaterialet med den sammansättning som undersökningspopulationen har, sker det vid databearbetningen en vägning via en mångfältsmatris. Denna matris är uppbyggd av faktorerna kön, ålder och region. Denna "poststratifiering" innebär att eventuella snedvridna effekter av bortfall reduceras.

Dataredovisning

Som standard redovisas resultaten i "vertikal procent med chisquare" vilket visar procentberäkningar kolumnvis, dvs. talen summeras nedåt till 100 % eller mer. Via plus- och minus-tecken anges vilka värden i en delgrupp som på ett signifikant sätt avviker från motsvarande värden i totalkolumnen (+ att värdet är signifikant högre och - att värdet är signifikant lägre).

Ibland kan mindre avvikelser uppstå vid avrundningar i datorns procentberäkningar p.g.a. den vägning som genomförs, det kan också i vissa fall medföra att bastalen ej överensstämmer fullständigt. Om respondenten fått avge mer än ett svar summerar de olika svarsalternativens delsummeror inte nödvändigtvis till 100 %.

De enskilda frågornas lydelse har en avgörande betydelse för hur undersökningsresultatet skall tolkas. På de datatabeller som ingår i rapporten kan av utrymmesskäl frågeformuleringen eller svarsalternativens lydelse ha förkortats. Den exakta lydelsen av frågan finns i det bifogade frågeformuläret.

Tillförlitlighet

Tabellen på nästa sida visar felmarginalen för uppmätta procenttal vid olika stickprovsstorlekar. Det sanna procenttalet ligger med 95 procents sannolikhet inom intervallet \pm det antal procentenheter som angivs i tabellen.

4.1 Tabell över felmarginaler

Tabell över felmarginaler (95 %-nivå)

Procentuellt tal som erhållits som resultat:	URVALSSTORLEK ELLER DEL AV URVALET															
	30 %	50 %	75 %	100 %	150 %	200 %	250 %	300 %	400 %	500 %	600 %	800 %	1000 %	2000 %	3000 %	5000 %
2 eller 98	± 5,1	± 4,0	± 3,2	± 2,8	± 2,3	± 2,0	± 1,8	± 1,6	± 1,4	± 1,3	± 1,1	± 0,98	± 0,9	± 0,61	± 0,51	± 0,4
3 eller 97	± 6,2	± 4,9	± 3,9	± 3,4	± 2,8	± 2,4	± 2,2	± 2,0	± 1,7	± 1,5	± 1,4	± 1,2	± 1,1	± 0,75	± 0,62	± 0,49
4 eller 96	± 7,2	± 5,6	± 4,5	± 3,9	± 3,2	± 2,8	± 2,5	± 2,3	± 2,0	± 1,8	± 1,6	± 1,4	± 1,3	± 0,86	± 0,71	± 0,56
5 eller 95	± 8,0	± 6,2	± 5,0	± 4,4	± 3,6	± 3,1	± 2,7	± 2,5	± 2,2	± 2,0	± 1,8	± 1,5	± 1,4 ¹	± 0,96	± 0,79	± 0,62
6 eller 94	± 8,7	± 6,8	± 5,5	± 4,8	± 3,9	± 3,4	± 3,0	± 2,8	± 2,4	± 2,1	± 2,0	± 1,7	± 1,5	± 1,0	± 0,87	± 0,68
8 eller 92	± 9,9	± 7,7	± 6,2	± 5,4	± 4,4	± 3,8	± 3,4	± 3,1	± 2,7	± 2,4	± 2,2	± 1,9	± 1,7	± 1,2	± 0,99	± 0,77
10 eller 90	± 11,0	± 8,5	± 6,9	± 6,0	± 4,9 ³	± 4,3	± 3,8	± 3,5	± 3,0	± 2,7	± 2,5	± 2,1	± 1,9	± 1,3	± 1,1	± 0,85
12 eller 88	± 11,9	± 9,2	± 7,5	± 6,5	± 5,3	± 4,6	± 4,1	± 3,8	± 3,3	± 2,9	± 2,7	± 2,3	± 2,1	± 1,4	± 1,2	± 0,92
15 eller 85	± 13,0	± 10,1	± 8,2	± 7,1	± 5,9	± 5,1	± 4,5	± 4,1	± 3,6	± 3,2	± 2,9	± 2,5	± 2,3	± 1,6	± 1,3	± 1,0 ²
20 eller 80	± 14,6	± 11,4	± 9,2	± 8,0	± 6,6	± 5,7	± 5,0	± 4,6	± 4,0	± 3,6	± 3,3	± 2,8	± 2,5	± 1,8	± 1,4	± 1,1
25 eller 75	± 15,8	± 12,3	± 10,0	± 8,7	± 7,1	± 6,1	± 5,5	± 5,0	± 4,3	± 3,9	± 3,6	± 3,0	± 2,8	± 1,9	± 1,6	± 1,2
30 eller 70	± 16,7	± 13,0	± 10,5	± 9,2	± 7,5	± 6,5	± 5,8	± 5,3	± 4,6	± 4,1	± 3,8	± 3,2	± 2,9	± 2,0	± 1,7	± 1,3
35 eller 65	± 17,4	± 13,5	± 11,0	± 9,5	± 7,8	± 6,8	± 6,0	± 5,5	± 4,8	± 4,3	± 3,9	± 3,3	± 3,1	± 2,1	± 1,7	± 1,4
40 eller 60	± 17,9	± 13,9	± 11,3	± 9,8	± 8,0	± 7,0	± 6,2	± 5,7	± 4,9	± 4,4	± 4,0	± 3,4	± 3,1	± 2,2	± 1,8	± 1,4
45 eller 55	± 18,2	± 14,1	± 11,4	± 9,9	± 8,1	± 7,0	± 6,2	± 5,8	± 5,0	± 4,5	± 4,1	± 3,5	± 3,2	± 2,2	± 1,8	± 1,4
50 eller 50	± 18,3	± 14,2	± 11,5	± 10,0	± 8,2	± 7,1	± 6,3	± 5,8	± 5,0	± 4,5	± 4,1	± 3,5	± 3,2	± 2,2	± 1,8	± 1,4

Exempel 1:

Om 5 % av urvalet på 1 000 personer har köpt produkten är det verkliga värdet (med 95 % säkerhet) 5 % ± 1,4 %, dvs. 3,6-6,4 % av den totala populationen har köpt produkten.

Exempel 2:

Om vi innan undersökningen förutsätter en marknadsandel på ca 15 % och att vi vill undersöka andelen med en precision på ± 1 %, behöver vi genomföra undersökningen med en urvalsstorlek på 5 000 personer.

Exempel 3:

Urvalsstorleken är 1 000 personer. Om det var 150 personer i åldern 15-19 år och 10 % av dem sade att de regelbundet köper produkt X, är den korrekta procent-siffran (med 95 % säkerhet) 10 % ± 4,9 %, dvs. 5,1-14,9 %.

5. Sammanfattning

Majoriteten av respondenterna har god kännedom om var Öland, Kalmar och Borgholm ligger och kan peka ut dem på en karta. Även Oskarshamn, Glasriket och Västervik kan drygt 50 % ange rätt.

Orterna Vimmerby och Hultsfred är starkt förknippade med Astrid Lindgrens Värld respektive Hultsfredsfestivalen. Även Öland, Borgholm, Kalmar, Glasriket, Västervik och Oskarshamn känner man till väl även om de inte är lika förknippade till en enskild attraktion.

De resmål/turistattraktioner som så gott som alla känner till är Astrid Lindgrens värld, Solliden, Borgholms slott, Glasriket och Kalmar slott. Ölands djurpark är också vida känt.

Flest har besökt Glasriket, dvs. nästan 60 % och Astrid Lindgrens värld är den attraktion flest uppgett att de vill besöka (36 %).

Det resmål som fått högst betyg bland dem som besökt det är Västerviks skärgård. Många av de andra resmålen har även de fått höga betyg.

Hultsfredsfestivalen är det evenemang flest hört talas om (98 %).

Det är inte så hög andel som besökt evenemangen i Kalmar län, men det som flest besökt är Konserter på Borgholms Slott (14 %) och det är även det evenemang som flest skulle vilja besöka (27 %) samt det som flest är nöjda med.

Bland resmål och turistattraktioner i övriga Sverige känner så gott som alla till Skansen, Liseberg, Kolmården, Vasamuseet, Göta kanal, Vasaloppet, High Chaparral, Ishotellet, Sälenfjällen och Årefjällen. De allra flesta har även besökt Liseberg, Skansen, Kolmården och Vasamuseet. Den attraktion som lockar mest är Ishotellet i Jukkasjärvi som 62 % skulle vilja besöka.

Majoriteten av respondenterna är nöjda med sitt besök med undantag från besök på lågprisvaruhuset GEKÅ:s som ett flertal män inte uppskattade.

Drygt 60 % har bokat en turistattraktion via internet och det är i huvudsak barnfamiljer och personer i de yngre åldersgrupperna som nyttjat denna möjlighet.

76 % skulle kunna tänka sig att boka via internet och det är även här en större andel barnfamiljer och personer i de yngre åldersgrupperna som visar sig positiva till detta.

Nästan 60 % av den vuxna befolkningen i Sverige föredrar att ta sig till ett resmål eller turistattraktion med bil och i ännu högre utsträckning de som bor i Stockholmsområdet.

5.1 Slutsatser och rekommendationer

Det är en väldigt tydlig polarisering på åldersgrupper och i vilken region man bor i när det gäller vilka resmål, turistattraktioner och evenemang man intresserar sig för. Det kan därför vara av intresse att titta lite närmare på dessa profiler såsom Hultsfredsfestivalen som lockar en högre andel ungdomar och Astrid Lindgrens värld som många boende i Stockholmsområdet är mer intresserade av mm. Man kan även få en god bild av de olika gruppernas vilja att boka via internet och vilket färdmedel man föredrar. Denna undersökning kan endast ge en övergripande profil på vilka intressenter de olika resmål, turistattraktioner och evenemangen har.

Intressant kunde även vara att få inblick i varför respondenterna är nöjda respektive missnöjda med sina besök, vilket inte behandlas i denna undersökning.

6. Resultat

I en omgång av GfK:s Personliga Omnibus genomförs 500 kompletta intervjuer med ett riksrepresentativt urval av män och kvinnor i ålder 15-74 år. För ytterligare information om urvalets sammansättning hänvisas till tabelldelen Bakgrundsdata.

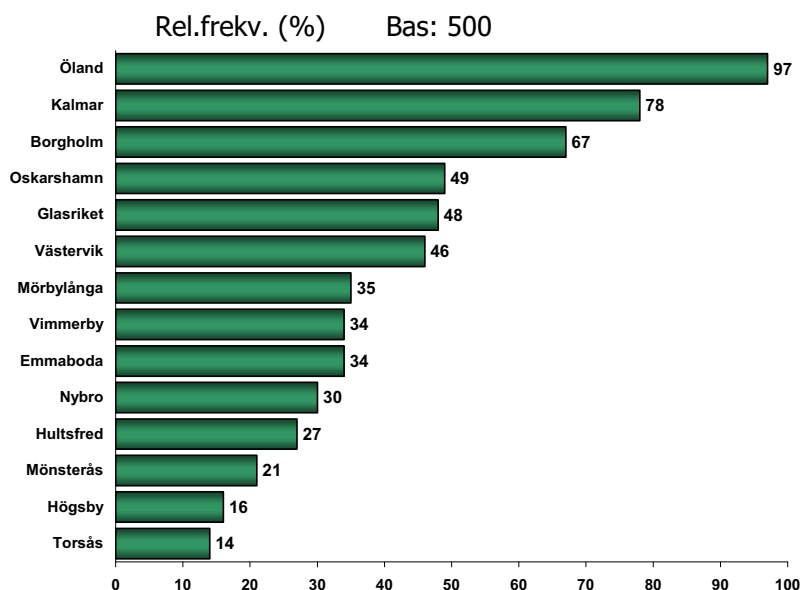
I denna rapport redovisas först svaren på frågorna om turistattraktioner, resmål och evenemang i Kalmar län, därefter om motsvarande för Sverige och sist ett par frågor av allmän karaktär.

6.1 KALMAR LÄN

I detta avsnitt tittar vi endast på frågor som gäller Kalmar län. Dels vill vi veta om intervjupersonerna känner till var de största och viktigaste områdena i länet ligger men även vad de känner till om respektive ort och område. Därefter redovisas kännedom, intresse och utvärdering av ett antal kända resmål, turistattraktioner och evenemang i Kalmar län.

Inledningsvis i intervjun delades en blindkarta ut till respondenterna. Därefter lästes ett antal orter (se nedan) upp och respondenterna ombads placera dessa på kartan. En viss marginal tilläts, om mer exakt rätt placering krävdes skulle siffrorna nedan bli avsevärt lägre.

1.a Var ligger orten/området?



Så gott som alla kunde pricka in var Öland ligger på kartan. Majoriteten visst även var Kalmar och Borgholm ligger. Drygt hälften av respondenterna kunde ange var Oskarshamn, Glasriket och Västervik ligger. Ca 1 av 3 visste var Mörbylånga, Vimmerby och Emmaboda ligger.

Tabellen på nästa sida anger de svar som varje person sagt. Endast de vanligaste är angivna samt antalet respondenter som inte kunnat svara något alls om orten/området. Total förteckning av vad som sagts finns med i datatabellerna sist i denna rapport.

1.b Vad kommer du att tänka på då du hör följande ortsnamn?

<u>Association</u>	<u>Antal ggr nämnt</u>	<u>Association</u>	<u>Antal ggr nämnt</u>
Västervik		Emmaboda	
Visfestival.....	134	Glasbruk/glasindustri.....	124
Skärgård/kuststad.....	102	Festivaler/konserter/evenemang.....	47
Semester/sommarstad/sommar/sol.....	58	Barnvagnar.....	36
Havet/vatten/bad.....	57	Småland.....	31
Båtar/segling.....	39	Möbelindustri.....	23
Ej svar.....	89	Ej svar.....	161
Öland		Vimmerby	
Semester/sommarstad/sommar/sol.....	210	Astrid Lindgrens värld/Astrid Lindgren.....	441
Solliden/kungafamiljen/Viktoria.....	78	Vänner/familj.....	10
Fyrar/Långe Jan.....	71	Småland.....	8
Havet/vatten/bad.....	68	Glasbruk/Glasindustri.....	6
Alvaret.....	68	Mysig/trevlig/vacker/ort/stad.....	5
Ej svar.....	14	Ej svar.....	31
Kalmar		Hultsfred	
Slott.....	194	Hultsfredsfestivalen/musikfestival.....	435
Ölandsbron.....	171	Trähusproduktion/hustillverkning.....	18
Fotboll.....	116	Mycket bråk/stökigt/midsommarfylla.....	17
Historisk stad/plats.....	33	Båtar/segling.....	8
Vänner/familj.....	20	Astrid Lindgrens värld/ Astrid Lindgren.....	7
Ej svar.....	37	Ej svar.....	32
Mönsterås		Högsby	
Pappersbruk.....	43	Känt kriminalfall/mord.....	17
Textil/textilindustri.....	24	Småindustri.....	17
Småindustri.....	12	Liten ort/småstad.....	12
Glasbruk/glasindustri.....	10	Vänner/familj.....	7
Skärgård/kuststad.....	9	Småland.....	7
Ej svar.....	351	Ej svar.....	409
Oskarshamn		Glasriket	
Kärnkraftverk.....	223	Glasbruk/glasindustri.....	261
Färjeläge Gotland /Öland.....	114	Kosta Boda/Orrefors.....	186
Skärgård/kuststad.....	22	Småland.....	30
Döderhultaren/döderhultsmuseum.....	29	Glasblåsning.....	27
Ishockey.....	17	Konst/hantverk/keramik.....	22
Ej svar.....	85	Ej svar.....	33
Torsås		Mörbylånga	
Kyckling.....	71	Öland.....	69
Småindustri.....	16	Fyrar/Långe Jan.....	32
Konst/hantverk/keramik.....	10	Fisk/lax.....	31
Studentstad/utbildning/korrespondensgymnasium.....	9	Semester/sommarstad/sommar/sol.....	30
Liten ort/småstad.....	8	Havet/vatten/bad.....	16
Ej svar.....	361	Ej svar.....	264
Nybro		Borgholm	
Glasbruk/glasindustri.....	61	Solliden/kungafamiljen/Viktoria.....	144
Ishockey.....	54	Slottsruiner/ruiner.....	133
Möbelindustri.....	21	Semester/sommarstad/sommar/sol.....	79
Vänner/familj.....	20	Öland.....	72
Genomfartsort.....	20	Turism.....	50
Ej svar.....	267	Ej svar.....	5

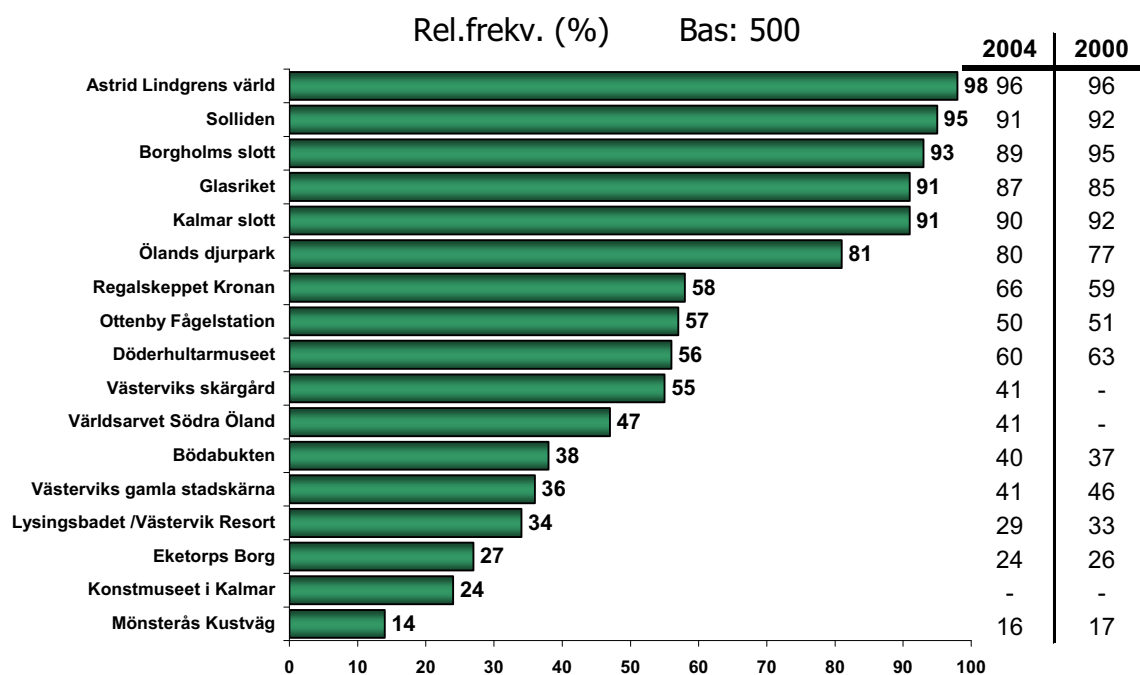
Som man ser i tabellen på föregående sida är Astrid Lindgren och hennes värld väl förknippat med Vimmerby och så är även Hultsfred med musikfestival. Öland förknippas med semester/sommar/sol och Solliden/kungafamiljen/Victoria, så gör även Borgholm fast där ingår också slottsruinerna. Associationerna till Glasriket är naturligtvis glasbruk/glasindustri och även Kosta Boda/Orrefors. Kalmar har en någon splittrad bild bestående av i huvudsak slott, Ölandsbron men även fotboll vilket det senare kan bero på att Kalmar FF tog SM-guld den 9 november.

Oskarshamn och Västervik är något mindre kända än övriga dömt utifrån vad respondenterna vet om dessa. Oskarshamn associeras till kärnkraftsverk och sin färjeförbindelse till Öland och Gotland. Västervik associeras till visfestival samt skärgård och kuststad.

Emmaboda däremot är inte särskilt känt men för de som känner till staden förknippas den med glasbruk/glasindustri.

Högsby, Mönsterås, Torsås, Nybro och Mörbylånga är relativt sätt okända för gemene man. Intressant är att Torsås förknippas med Torsåsens Kyckling som ju kommer från Torsåsen utanför Falkenberg.

2.a Vilka av följande resmål/turistattraktioner har du någon gång hört talas om?



Även denna fråga visar på att Astrid Lindgrens värld, Solliden, Borgholms slott, Glasriket och Kalmar slott är väl kända av Sveriges vuxna befolkning. Även Ölands djurpark kan räknas in här även om få nämnde den spontant när de skulle associera till Öland i föregående fråga.

Regalskeppet Kronan, Ottenby Fågelstation, Döderhultarmuseet, Västerviks skärgård samt Världsarvet Södra Öland hade drygt hälften av respondenterna hört talas om.

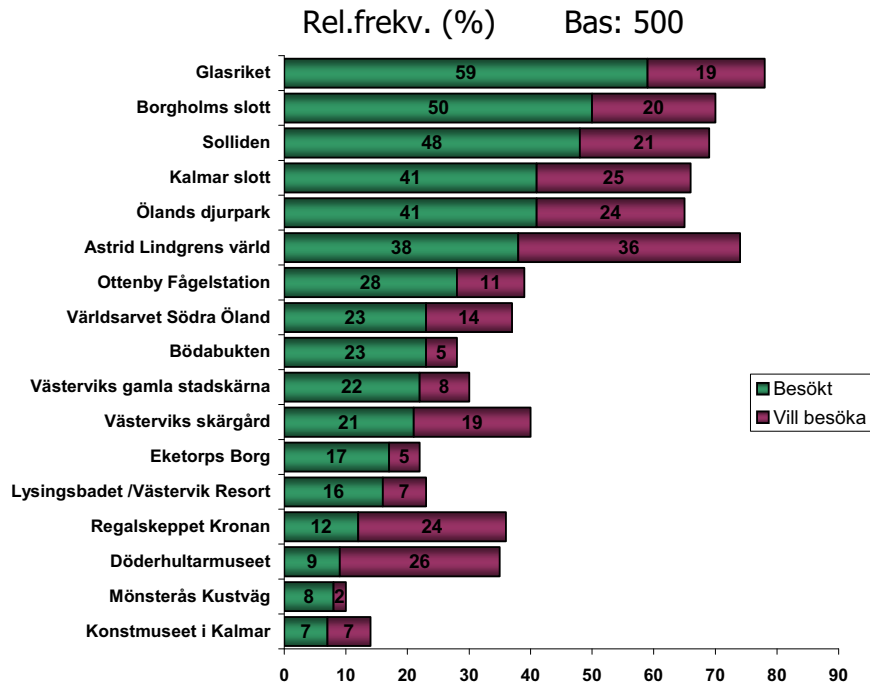
Små skillnader kan ses jämfört med tidigare år dvs. 2000 och 2004.

Överlag har den yngre åldersgruppen 15-24 år lägre kännedom om merparten av attraktionerna med undantag för Astrid Lindgrens värld, Ölands djurpark och Konstmuseet i Kalmar. De äldre, i huvudsak de mellan 61 och 74 år har däremot högre kännedom om majoriteten av attraktionerna.

Intressant är att man i Stockholmsområdet har högre kännedom om Ottenby Fågelstation (78 %), Västerviks skärgård (78 %) samt Världsarvet Södra Öland (62 %) än övriga. Även i Norrland är kännedomen om Världsarvet Södra Öland högt (60 %).

I Götaland känner man i högre utsträckning till Ölands djurpark (96 %), Eketorps Borg (35 %) och Konstmuseet i Kalmar (34 %).

2.b/c Vilka av dessa har du besökt/skulle du vilja besöka?



På denna fråga fick respondenterna först svara på om de besökt turistattraktionen. Hade de inte gjort det fick de frågan om de skulle vilja besöka den.

Drygt 60 % har besökt Glasriket och runt 50 % av respondenterna har varit på Borgholms slott och/eller Solliden. Cirka 40 % uppger att de varit på Kalmar slott, Ölands djurpark och/eller Astrid Lindgrens värld.

Här liksom för föregående kännedomsfråga speglas svaren av att ju yngre man är desto färre har besökt många av attraktionerna och således ju äldre desto fler. Fler barnfamiljer (47 %) har besökt Astrid Lindgrens värld, vilket är naturligt med tanke på att detta är deras huvudsakliga målgrupp.

På regionsnivå är det i huvudsak avståndet som återspeglas i valet av besök. Boende i Stockholmsområdet har ock högre andel som besökt Glasriket (73 %), Ottenby Fågelstation (42 %), Västerviks gamla stadskärna (33 %), Mönsterås Kustväg (15 %), Bödabukten (37 %) och Världsarvet Södra Öland (34 %). Färre stockholmare har besökt Ölands djurpark (27 %) än personer hemmahörande i andra regioner.

Flest respondenter uppger att de skulle vilja besöka Astrid Lindgrens värld (36 %). Drygt 25 % har sagt sig vilja åka till Döderhultarmuseet, Kalmar slott, Ölands djurpark, Regalskeppet Kronan och cirka 20 % Solliden, Borgholms slott, Glasriket och/eller Västerviks skärgård.

Fler kvinnor (29 %) än män (14 %) vill besöka Solliden.

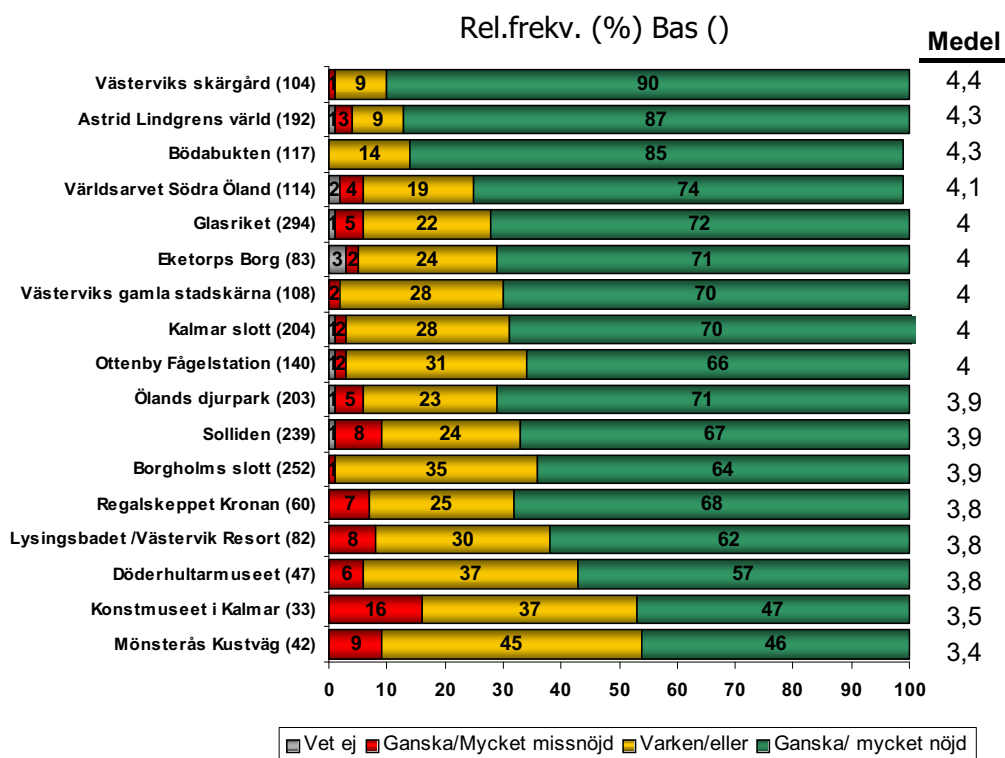
I Stockholmsområdet står ett besök på Astrid Lindgrens värld (52 %), Ottenby fågelstation (25 %) och Världsarvet Södra Öland (22 %) högre upp på listan än för övriga regioner.

I Norrland skulle man i någon högre utsträckning än totalt vilja besöka, Astrid Lindgrens värld (49 %), Borgholms slott (30 %), Glasriket (46 %), Solliden (33 %) samt Ölands djurpark (36 %).

I Göteborgsområdet är man mer intresserad än övriga regioner av Kalmar slott (38 %).

Bland de två äldre åldersgrupperna är intresset högre för Döderhultarmuseet (37-40 %) och för den äldsta åldersgruppen 61-74 år, Ottenby fågelstation (18 %).

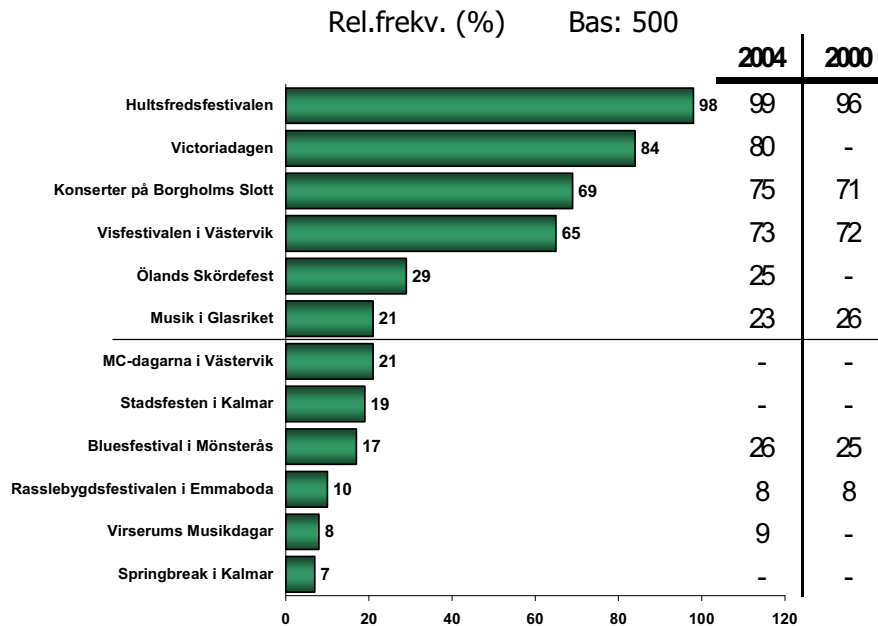
2.d Hur nöjd är du med ditt besök i...?



De som besökt resmålet eller turistattraktionen fick utifrån en femgradig skala gradera hur nöjda de var med sitt besök. 5 på skalan angav mycket nöjd, 1 mycket missnöjd och 3 varken nöjd eller missnöjd. I ovanstående graf har vi slagit ihop 4+5 för att få fram total nöjdhet samt 1+2 för total missnöjdhet.

Majoriteten var nöjd med sitt besök och få missnöjda. Mest nöjda var de som besökt Västerviks skärgård, Astrid Lindgrens värld och Bödabukten. För Konstmuseet i Kalmar hade dock 16 % uppgett att de var missnöjda med besöket. Vari missnöjet grundar sig framkommer inte av studien.

3.a Vilka av följande evenemang har du någon gång hört talas om?



Hultsfredsfestivalen har så gott som alla hört talas om liksom Victoriadagen. Majoriteten har också hört talas om Konserter på Borgholms Slott och Visfestivalen i Västervik men kännedomen har minskat något jämfört med föregående år.

Även kännedomen för Bluesfestivalen i Mönsterås har minskat något dvs. från 25-26 % 2000/2004 till 17 % 2008.

Victoriadagen är mer känd bland kvinnor (89 %) än bland män.

I Götaland är de flesta evenemangen mer kända än för övriga regioner. MC-dagarna i Västervik är dock mer kända för boende i Svealand (29 %) och Norrland (33 %).

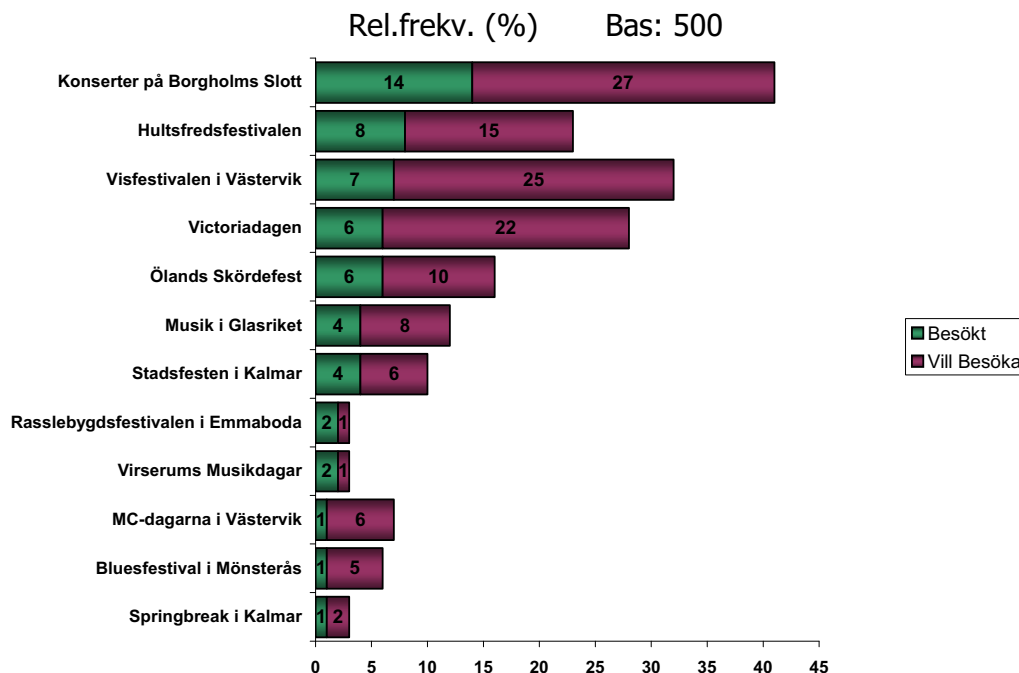
För boende i Stockholmsområdet är Hultsfredsfestivalen (94 %), Visfestivalen i Västervik (42 %) samt MC-dagarna i Västervik (6 %) mindre kända.

Respondenter i åldern 15-24 år känner i mindre utsträckning till Visfestivalen i Västervik (32 %), Konserter på Borgholms Slott (49 %) och Victoriadagen (71 %) men i högre utsträckning till Rassebygdsfestivalen i Emmaboda (19 %).

Personer i åldern 46-60 år är mer familjära med Visfestivalen i Västervik (79 %) och Victoriadagen (91 %) men i lägre grad med Rassebygdsfestivalen i Emmaboda (4 %).

I den äldsta åldersgruppen 61-74 har fler hört talas om Musik i Glasriket (37 %) än för övriga åldersgrupper.

3.b/c Vilka av dessa har du besökt/skulle vilja besöka?



Först fick respondenterna svara på frågan om de besökt evenemanget. Hade de inte gjort det fick de frågan om de skulle vilja besöka det.

Grafen visar att det är relativt få som besökt något av ovanstående evenemang. Flest har besök Konserter på Borgholms Slott dvs. 14 %.

På regionnivå har fler som bor i Stockholm varit på Konserter på Borgholms Slott (27 %) och Victoriadagen (15 %).

Hultsfredsfestivalen har besökts av fler yngre personer i åldern 15-24 år dvs. 21%.

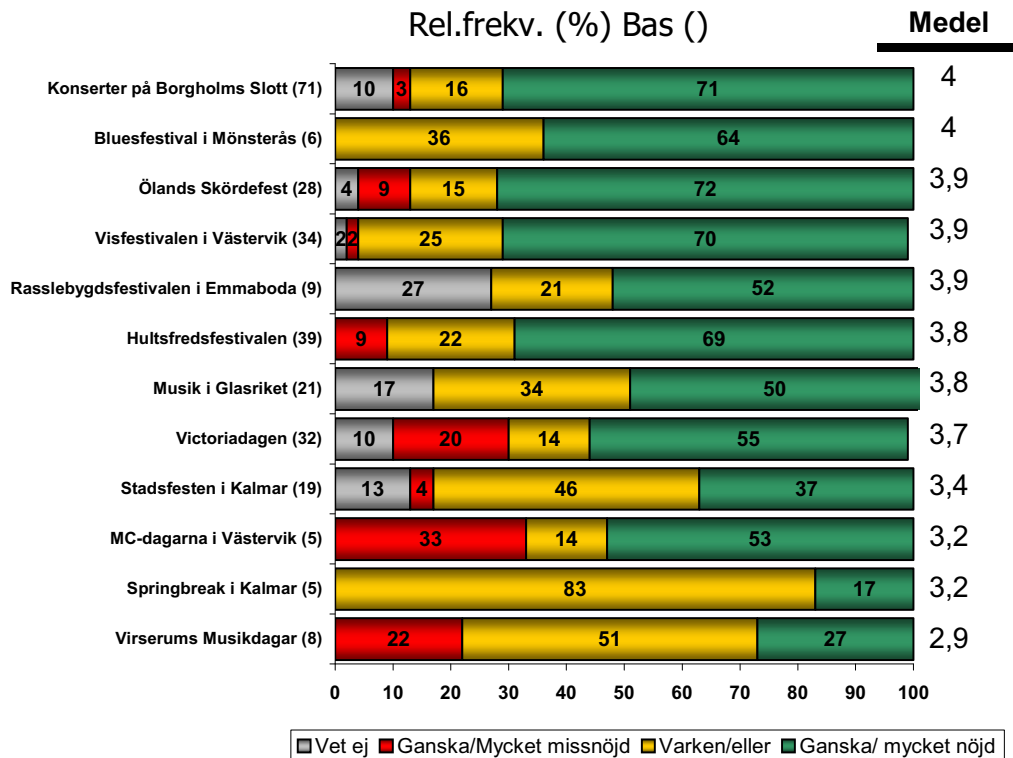
Flest av respondenterna skulle vilja besöka Konserter på Borgholms Slott, Visfestivalen i Västervik och/eller Victoriadagen. Fler kvinnor än män vill besöka Konserter på Borgholms Slott (33 %) och Victoriadagen (31 %).

Fler i åldern 15-24 år skulle vilja besöka Hultsfredsfestivalen (40 %) men färre Visfestivalen i Västervik (11 %) och Konserter på Borgholms Slott (12 %).

I åldergruppen 61-74 år är man mer intresserad än övriga åldersgrupper av att besöka Visfestivalen i Västervik (35 %) och Musik i Glasriket (21 %). Dock är man mindre intresserad av Hultsfredsfestivalen (4 %).

Även i åldersgruppen 46-60 år är man mer intresserad av Visfestivalen i Västervik (33 %) än genomsnittet.

3.d Hur nöjd är du med ditt besök i...?



Här fick de som besökt evenemanget gradera utifrån en femgradig skala hur nöjda de var med sitt besök. 5 på skalan angav mycket nöjd, 1 mycket missnöjd och 3 varken nöjd eller missnöjd. I ovanstående graf har vi slagit ihop 4+5 för att få fram total nöjdhet samt 1+2 för total missnöjdhet.

Baserna för vissa av dessa evenemang är väldigt låga dvs. endast ett fåtal respondenter har besökt dem. Resultatet för evenemang med baser under 20 respondenter blir alltför otillförlitligt för att man ska kunna dra någon slutsats. Därför kommer vi endast att kommentera de som har 20 eller fler respondenter i basen.

Överlag anser majoriteten att de är nöjda med sina besök och speciellt Konserter på Borgholms Slott, Ölands Skördefest och Visfestivalen i Västervik. Victoriadagen har trots att majoriteten är nöjda med besöket ändå 20 % som är missnöjda. Vad missnöjet beror på vet vi inte men det kan vara intressant att ta reda på i en annan undersökning.

3.e Finns det något annat evenemang i Kalmar län som du har besökt?

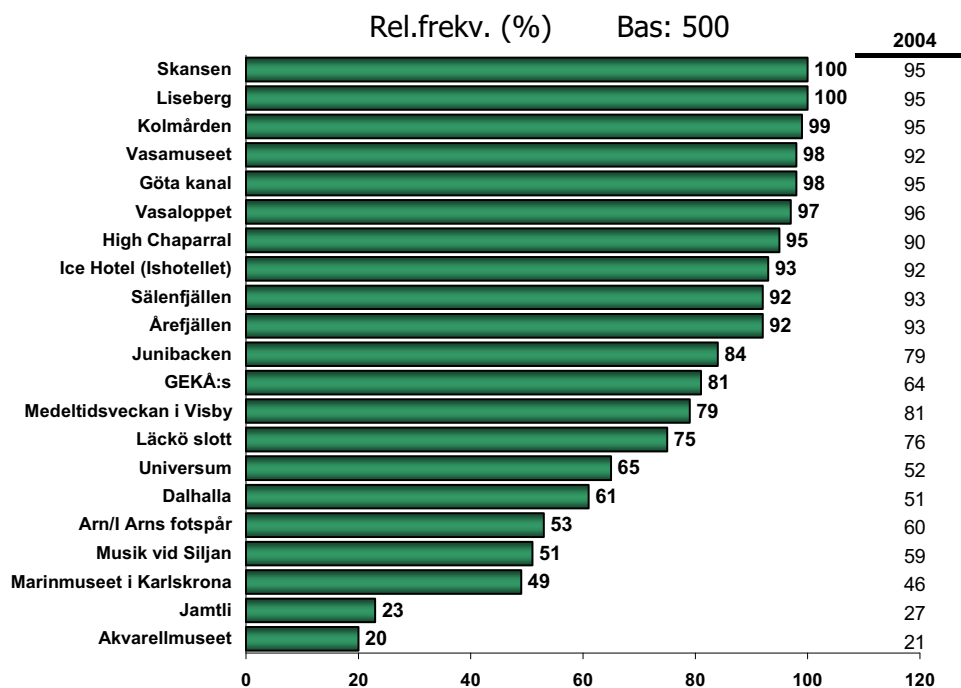
Faktiskt antal Bas: 500

Evangemang	Antal
Julmarknad på slottet	8
Medeltidsdagen	6
Sportevenemang	4
Konsert i Kalmar	3
Virserums marknad	2
Oskarshamnsfestivalen	2

Det är endast ett fåtal som känner till andra evenemang i Kalmar län och eftersom de är bosatta i Götaland är det högst troligt att de bor i närheten av Kalmar. Ett undantag är Medeltidsdagen där respondenterna bor i Stockholmsområdet.

6.2 SVERIGE

Efter att ha redovisat respondenternas åsikter om Kalmar läns resmål, turistattraktioner och evenemang kommer vi nu att titta på motsvarande frågor för ett antal kända resmål och turistattraktioner i övriga Sverige.

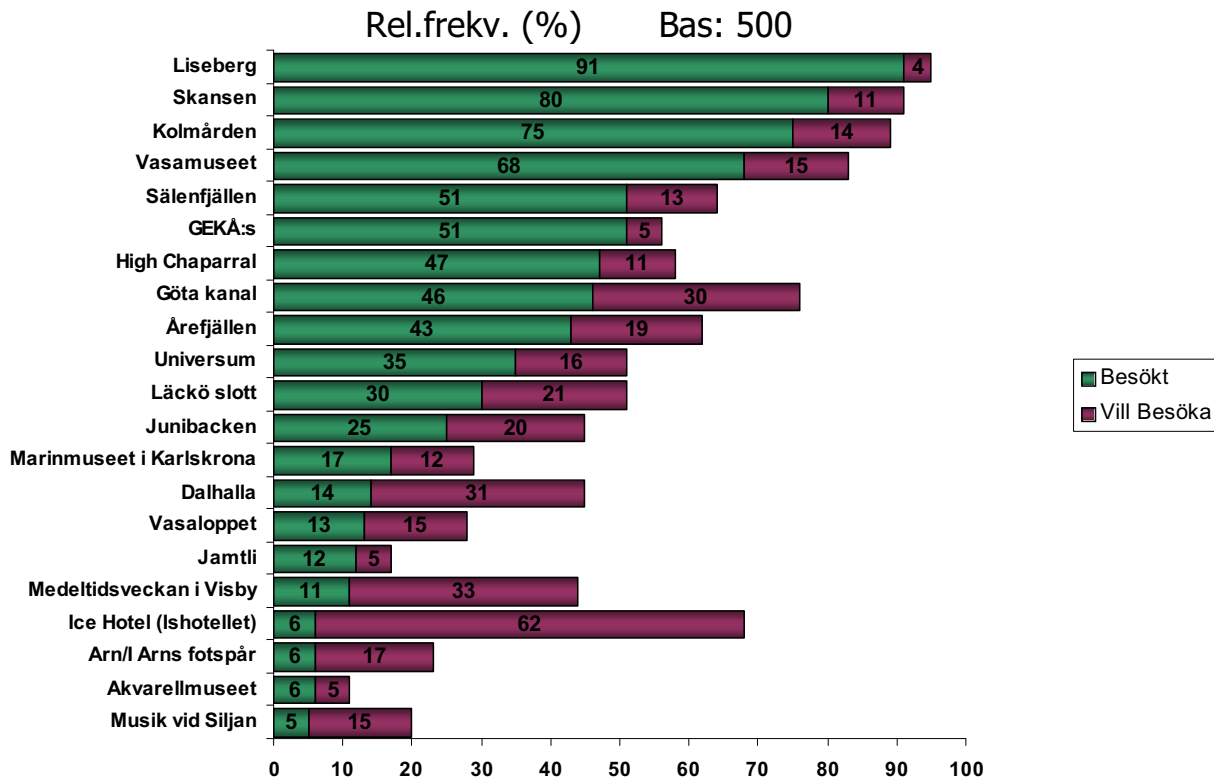
1a. Vilka av följande resmål/turistattraktioner har du någon gång hört talas om?

Som man kan se i ovanstående graf är de allra flesta av dessa resmål och turistattraktioner välkända för majoriteten av respondenterna. Undantagen är Jamtli och Akvarellmuseet som endast runt 20 % känner till.

GEKÅ:s har ökat sin kännedom från 2004 från 52 % till 65 % och Universum från 52 % till 65 %. För övriga resmål och turistattraktioner är resultatet motsvarande tidigare undersökning.

Mindre kända bland de yngre i åldern 15-24 år är Sälenfjällen (85 %), Årefjällen (82 %) och Ishotellet (82 %). Bland de äldre i åldern 61-74 år är Universum mindre känt (49 %) medan Sälenfjällen (98%) och Årefjällen (98 %) är mer kända än för övriga åldersgrupper.

1b/c. Vilka av dessa har du besökt/skulle du vilja besöka?



Först fick respondenterna frågan om de besökt vart och en av ovanstående turistattraktioner. Hade de inte gjort det fick de frågan om de skulle vilja besöka dem.

Så gott som alla har besökt Liseberg och de allra flesta har besökt Skansen, Kolmården och Vasamuseet. Drygt hälften har varit i Sälenfjällen, på GEKÅ:s, High Chaparral och/eller Göta kanal.

Fler män än kvinnor har besökt Vasaloppet. Om de har deltagit själva eller endast tittat på framgår inte av undersökningen.

Förutom att det är vanligare att man besöker en plats om den ligger nära ens hemort finns det även en hel del skillnader sett från ett åldersperspektiv.

Yngre personer, dvs. mellan 15 och 24 år, har i större utsträckning besökt Universum (50 %) än övriga åldersgrupper men i mindre utsträckning besökt Skansen (59 %), Vasamuseet (46 %), Årefjällen (23 %) och Dalhalla (6 %).

Bland personer i yngre medelåldern dvs. 25-45 år, har fler besökt Vasamuseet (78 %) och Liseberg (95 %).

Det är fler i åldersspannet 46-60 år som varit på Läckö slott (39 %) men färre som besökt Liseberg (85 %).

I den äldre åldersgruppen 61-74 år är det fler som besökt Skansen (93 %), Marinmuseet i Karlskrona (27 %) och Dalhalla (26 %) men färre som varit på Universum (20 %).

När man tittar på vad respondenterna skulle vilja besöka så svarar hela 62 % att de skulle vilja besöka Ishotellet i Jukkasjärvi. Inte fullt så många men ändå drygt 30 % uppgav att de skulle vilja åka till Medeltidsveckan i Visby, Dalhalla och/eller åka på Göta kanal.

Fler kvinnor (25 %) än män (14 %) skulle vilja åka till Junibacken.

För de yngre 15-24 år, lockar Kolmården (24 %) men inte Medeltidsveckan i Visby (11 %), Marinmuseet i Karlskrona (4 %), Läckö slott (7 %), Musik vid Siljan (4 %), Dalhalla (14 %) eller Arn/I Arns fotspår (7 %).

Personer i yngre medelåldern, 25-45 år, är mer intresserade än övriga åldersgrupper av Junibacken (26 %), Medeltidsveckan i Visby (41 %), Årefjällen (26 %) men mindre intresserad av Musik vid Siljan (8 %).

Personer i övre medelåldern, 46-60 år, är däremot mer intresserad av Musik vid Siljan (22 %) men mindre av Junibacken (11 %).

Den äldsta åldersgruppen 61-74 lockas mer av Musik vid Siljan (27 %) och Jamtli (12 %) än övriga åldersgrupper. Däremot är de inte lika attraherade som de andra av Ishotellet (49 %) och Årefjällen (9 %).

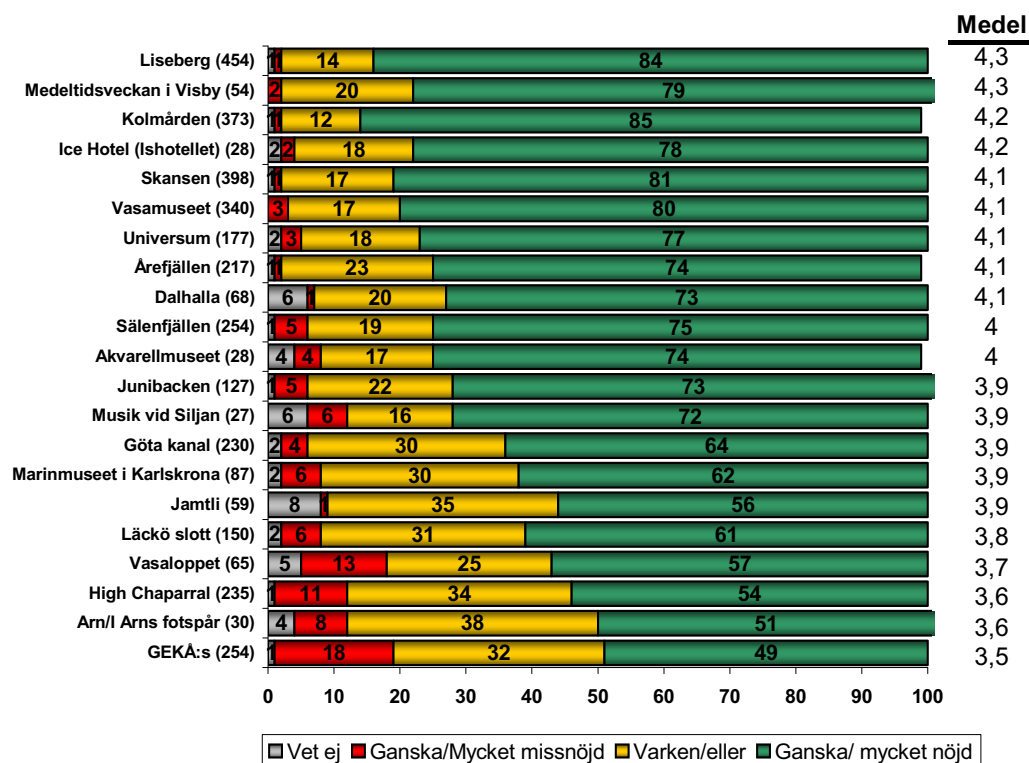
1.d Hur nöjd är du med ditt besök i...?

De som besökt resmålet eller turistattraktionen fick gradera utifrån en femgradig skala hur nöjda de var med sitt besök. 5 på skalan angav mycket nöjd, 1 mycket missnöjd och 3 varken nöjd eller missnöjd. I nedanstående graf har vi slagit ihop 4+5 för att få fram total nöjdhet samt 1+2 för total missnöjdhet.

Generellt sätt kan man säga att majoriteten av respondenterna varit nöjda med sitt besök. Bland dem som besökt GEKÅ:s uppgav totalt 18 % att de är missnöjda och betydligt fler män (26 %), vilket kanske inte är helt oväntat. Kvinnorna är dock betydligt mer nöjda (65 %) med sitt besök på lågprisvaruhuset.

Det finns även vissa skillnader mellan åldersgrupperna som i huvudsak speglar attraktionens målgrupp.

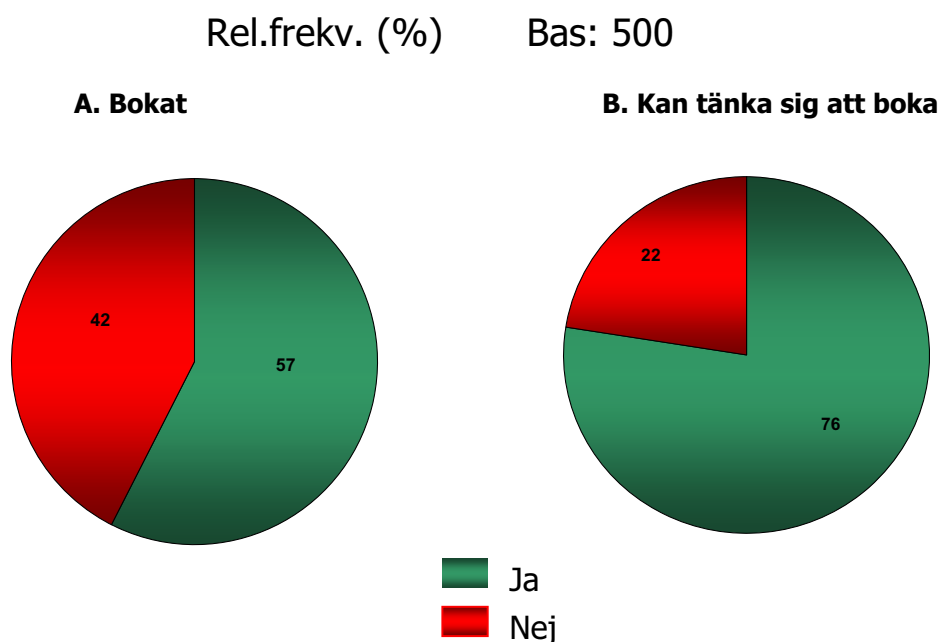
Rel.frekv. (%) Bas ()



6.3 INTRESSE AV ATT BOKA VIA INTERNET OCH FAVORITTRANSPORTMEDEL

Följande två frågor är nya för denna omgång. Vi ville veta om allmänheten har vana av och kan tänka sig boka en turistattraktion via internet och dessutom vilket transportmedel eller kombination av transportmedel de föredrar att färdas med till en turistattraktion. Svaren på dessa frågor återfinns nedan.

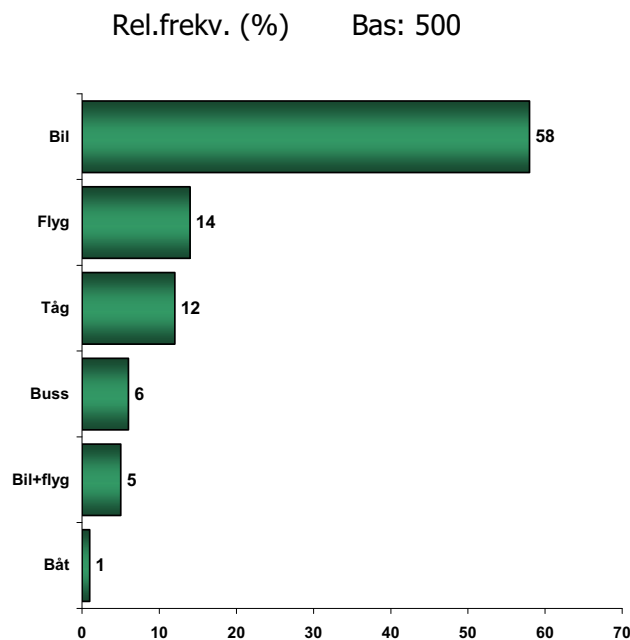
4.a/b Har du och din familj någonsin bokat/skulle du kunna tänka dig att boka en turistattraktion/resmål via internet?



Totalt har 57 % av respondenterna bokat en turistattraktion via internet. Fler hade gjort det bland de yngre 15-45 år (72-75 %) men färre bland de äldre. Det är även vanligare bland hushåll med barn (73 %) och bland dem som bor i Stockholmsområdet (70 %) men något lägre bland de boende i Götaland (49 %)

På frågan om man skulle kunna tänka sig att boka en turistattraktion via internet svarade totalt 76 % ja på frågan. Även här var det fler som svarade ja bland de yngre 15-45 år (84-89 %) och färre bland de äldre. Intresset var också högre bland barnfamiljer (85 %) och något lägre bland dem som bor i Götaland (68 %).

5. Generellt sett, vilket transportmedel föredrar du om du ska ta dig till en turistattraktion/resmål?



Majoriteten, dvs. hela 58 % föredrar att färdas med bil när de ska besöka en turistattraktion. Speciellt tydligt är detta bland personer boende i Stockholmsområdet (73 %). I Norrland har fler angett tåg (23 %) och flyg (27 %). Buss är något mer intressant för den äldre ålderskategorin 61-74 år (16 %).

Kombinationen bil+flyg har även angetts av 5 % av respondenter med högre koncentration bland boende i Stockholmsområdet (11 %) samt i åldersgruppen 25-45 år (9 %).

Lund, 17 december 2008
GfK Sverige AB

Christina Persson

Christina Persson