

# Attraktivitetsmätning 2022

Östergötland som besöksmål för  
invånare och potentiella besökare



## Metod

Undersökningen har utförts med öppen ansats där respondenterna helt fritt har svarat i text på de öppna frågorna. Svaren analyseras sedan med Parlometrics mjukvara och metod för narrativ analys. Metoden ger mer tillförlitliga resultat - jämfört med helt kvantitativa metoder - då den bättre och mer nyanserat speglar respondenternas faktiska åsikter. Den är således ett värdefullt komplement till NKI, skalor och flervalsfrågor. Det blir också enklare att upptäcka oseriösa eller irrelevanta svar och avlägsna dessa. Metoden har ett icke-tvingande förhållningssätt vilket resulterar i att alla frågor inte måste nå upp i maximalt antal svarande. Detta förklarar skillnaden mellan totalt antal svarande och hur många som har fått frågan.

Undersökningens urval har bestått av respondenter som är bosatta i eller i närheten av Östergötland. Insamlingen har skett dels med hjälp av onlinepaneler via Parlamic, och dels via länkar i nyhetsbrev, Facebook och LinkedIn via Region Östergötland.

Svarsinsamlingen pågick från 5/9 till 13/10 2022.

Antal svarande: 1604.

Svarande som bor eller har fritidshus i Östergötland: 849 (*benämns som boende*)

Svarande som bor utanför Östergötland: 755 (*benämns som besökare*)

*Boende längst Vättern är de som bor i Vadstena, Motala eller Ödeshög kommun. Boende i skärgården är de som bor öster om E22 i Valdemarsviks eller Söderköpings kommun, samt de i Norrköpings kommun som bor öster om Lindö på Vikbolandet eller öster om Krokek.*

## Syfte

Ta fram indikatorer till Region Östergötlands delmål om att *Öka Östergötlands Attraktivitet*, samt att ta reda på hur invånare och besökare till Östergötland upplever Östergötland som besöksmål.

## Sammanfattning

### Besökare

Andel återkommande besökare:

- 70% av besökarna besöker minst en gång per år.

Vilja att besöka igen:

- 99% av de som besökt Östergötland under de senaste två åren svarar att de skulle kunna tänka sig besöka regionen igen.

Hur reklamen påverkar potentiella besökares vilja att besöka Östergötland:

- 55% av svarande har nyligen sett reklam för Östergötland och 54% av dessa anger att reklamen ökade deras intresse att besöka regionen.

*Reklamen ökade framförallt respondenternas intresse då den gav tips och inspiration till resmål och aktiviteter.*

### Boende

Syn på turismen:

- 58% av boende och fritidshusägare i Östergötland tycker att de gynnas av turismen. Färre än 3% tycker att de påverkas negativt av turismen.

*De svarande som bor i turisttäta områden, så som Skärgården, är extra positivt inställda till turismen (70%) då de upplever att turismen berikar näringslivet.*

### Fritidshusägare

Tid respondenterna spenderar i sitt fritidshus:

- 87% av respondenterna spenderar minst fyra veckor per år i sitt fritidshus.

*Respondenterna anger att brist på bekvämligheter är en av de främsta anledningarna till att de inte spenderar mer tid i fritidshuset.*





## Demografi

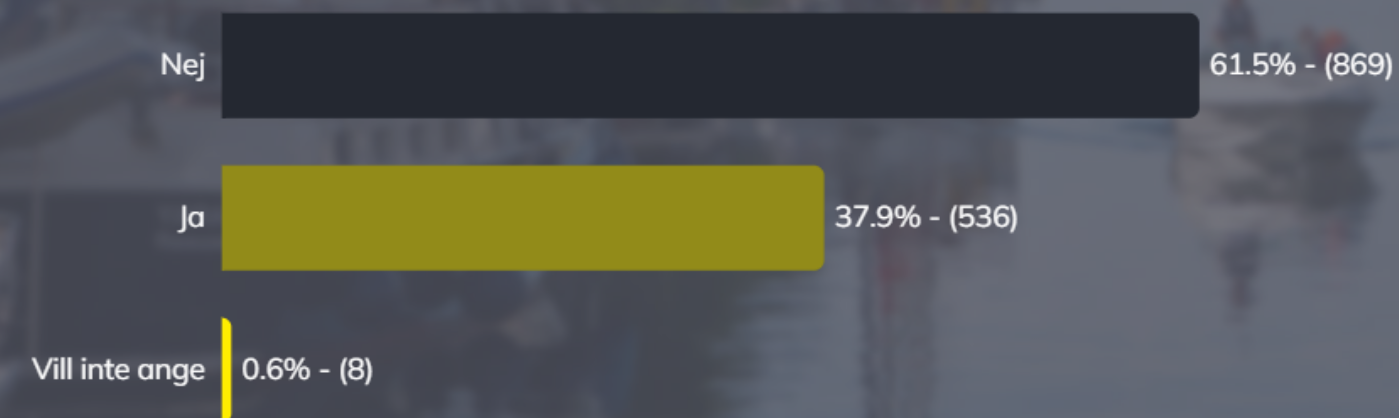
### Bor i kommun inom Östergötland

	Datapoints	%
Linköping	215	29,5
Norrköping	185	25,4
Motala	110	15,1
Söderköping	44	6
Finspång	34	4,7

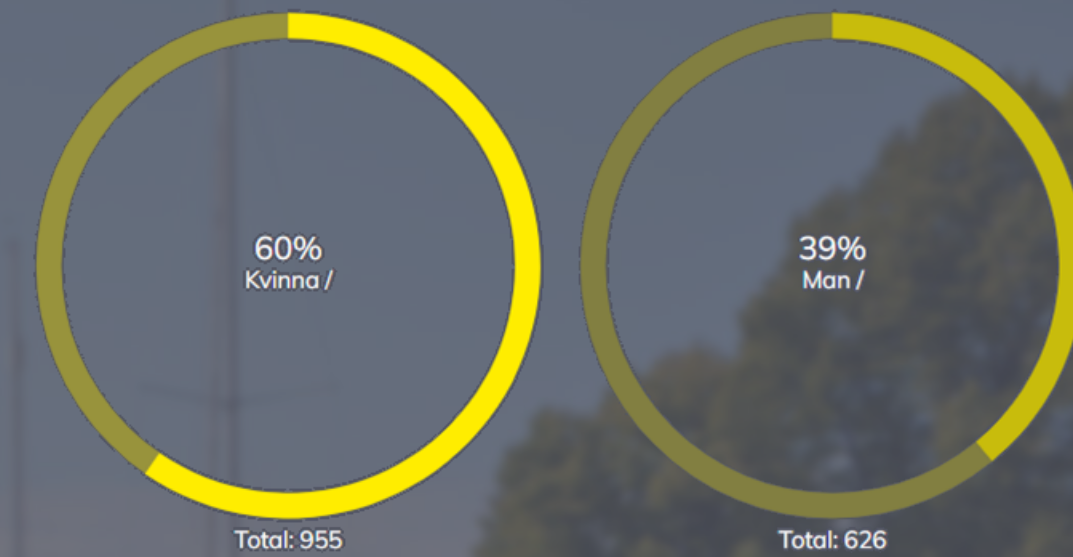
### Bor i kommun utanför Östergötland

	Datapoints	%
Stockholm	145	39,5
Göteborg	50	13,6
Uppsala	32	8,7
Jönköping	20	5,4
Södertälje	17	4,6

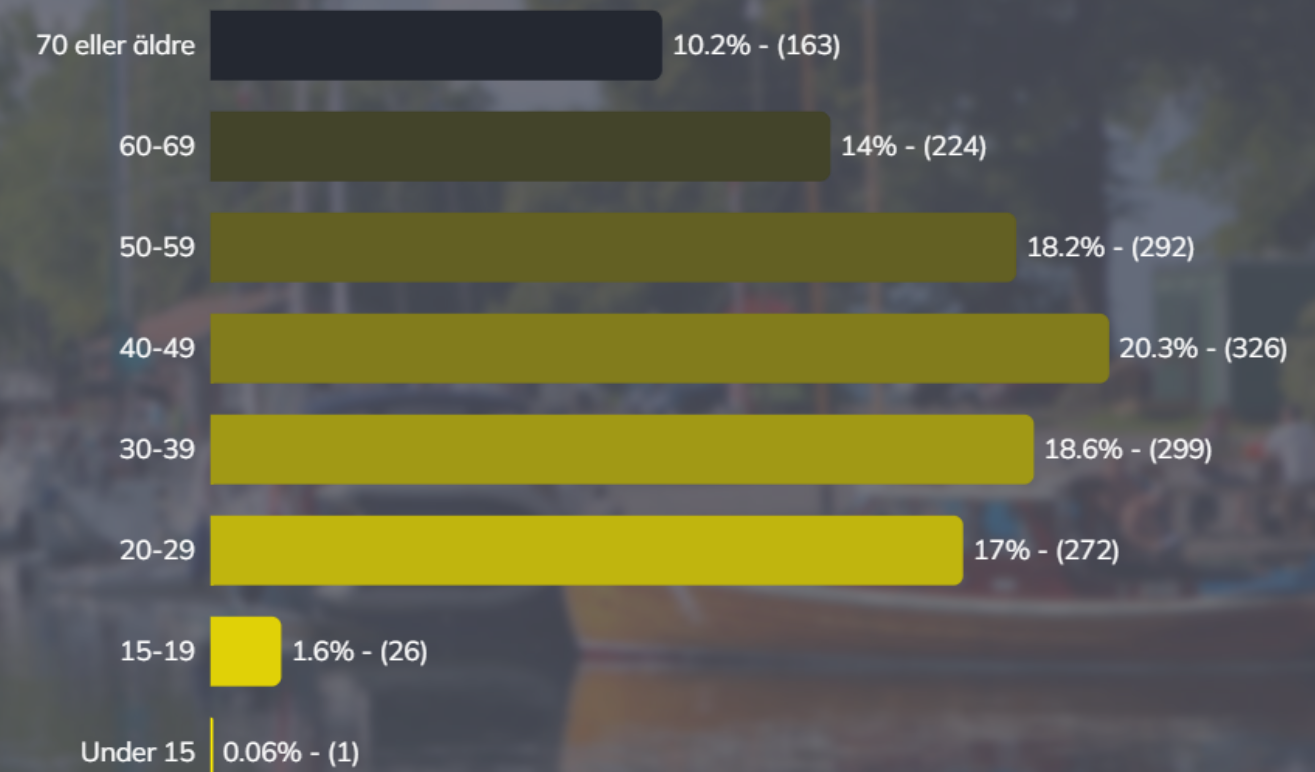
### Har du barn under 16 år?



## Könsidentitet



## Åldersfördelning





## Hur påverkas ni av besökare/turism där ni bor eller vistas i Östergötland?

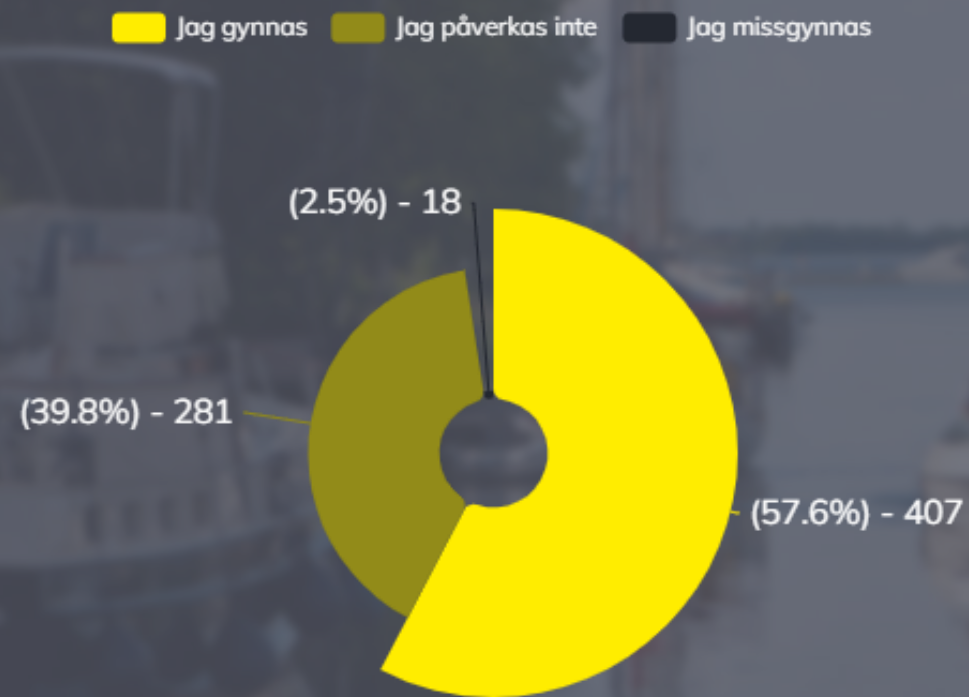
Majoriteten (57,6%) av de som är bosatta eller har fritidshus i Östergötland anser att de gynnas av turismen. Boende i mer turisttöta områden är extra positivt inställda. Man svarar framförallt att turismen gynnar regionen då den berikar näringslivet samt skapar fler möjligheter till aktiviteter och event.

Av de som bor i västra Östergötland (vid Vättern) anser 65,9% att de gynnas av turismen och motsvarande siffra för de som bor i skärgården är 70%, vilket i båda fall är betydligt högre än genomsnittet för Östergötland.

Det är endast 2,5% av de svarande som anser att turismen aktivt försämrar deras upplevelse.

Östgötarna som inte anser att de påverkas bor i huvudsak i områden som de själva inte definierar som turismområden.

### Gynnas du av turismen?



## Hur gynnas du av turismen?



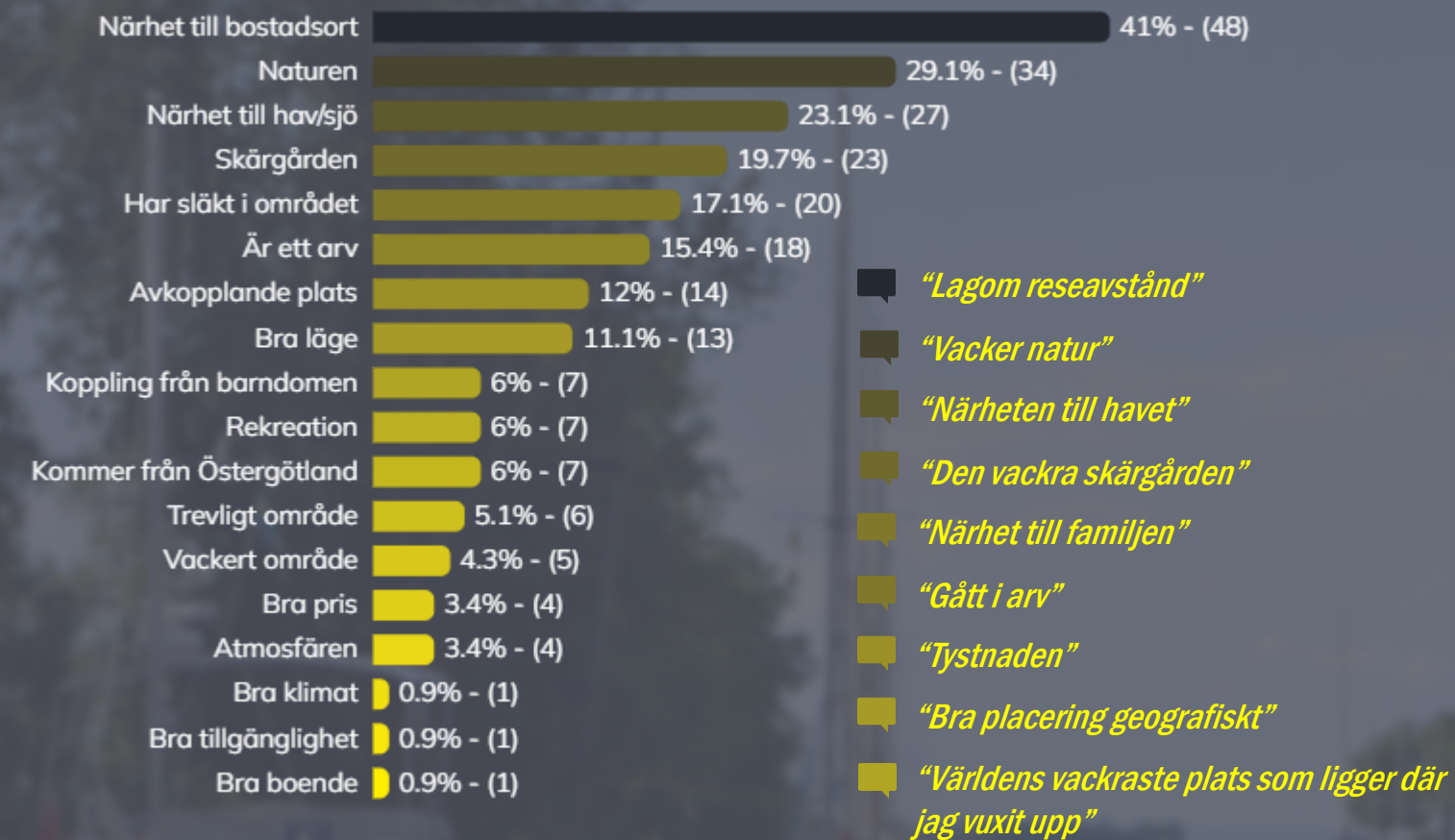
- “Turister bidrar till att t ex restauranger och butiker kan hålla öppet”
- “Roligt när det finns evenemang att gå på”
- “På sommaren lever trakten upp”
- “Kommer många glada människor”
- “Ökar attraktiviteten”
- “Turismen drar in inkomster till kommunen”
- “Berikas alltid”
- “Ökad turism ger utökat utbud”



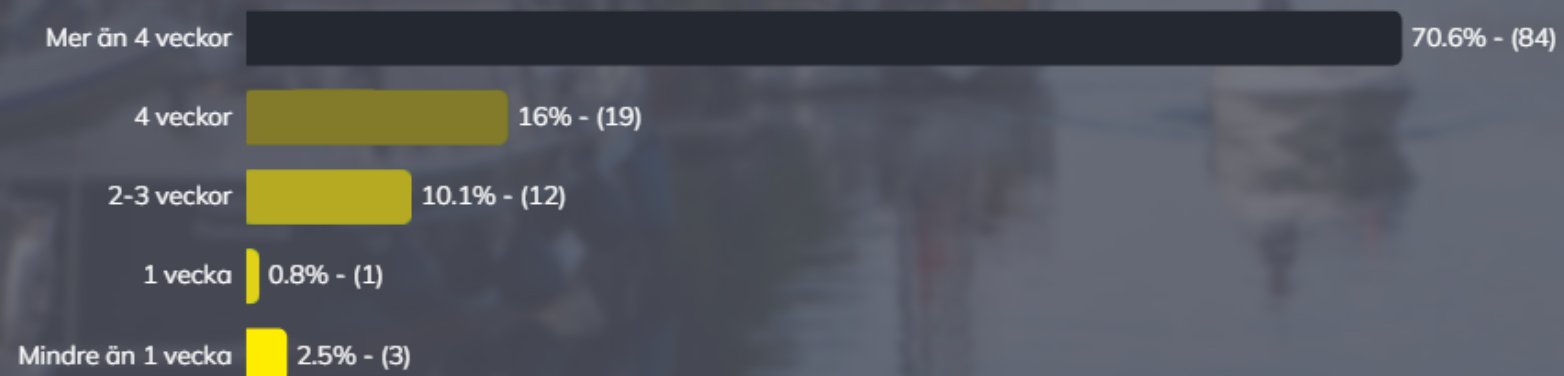
## Har fritidshus i Östergötland

Fritidshusinnehavare i Östergötland spenderar mycket tid i sina fritidshus och har framförallt valt att ha fritidshus i regionen eftersom det ligger nära ens bostadsort och för den vackra naturen.

### De främsta anledningarna till att du har fritidshus i Östergötland

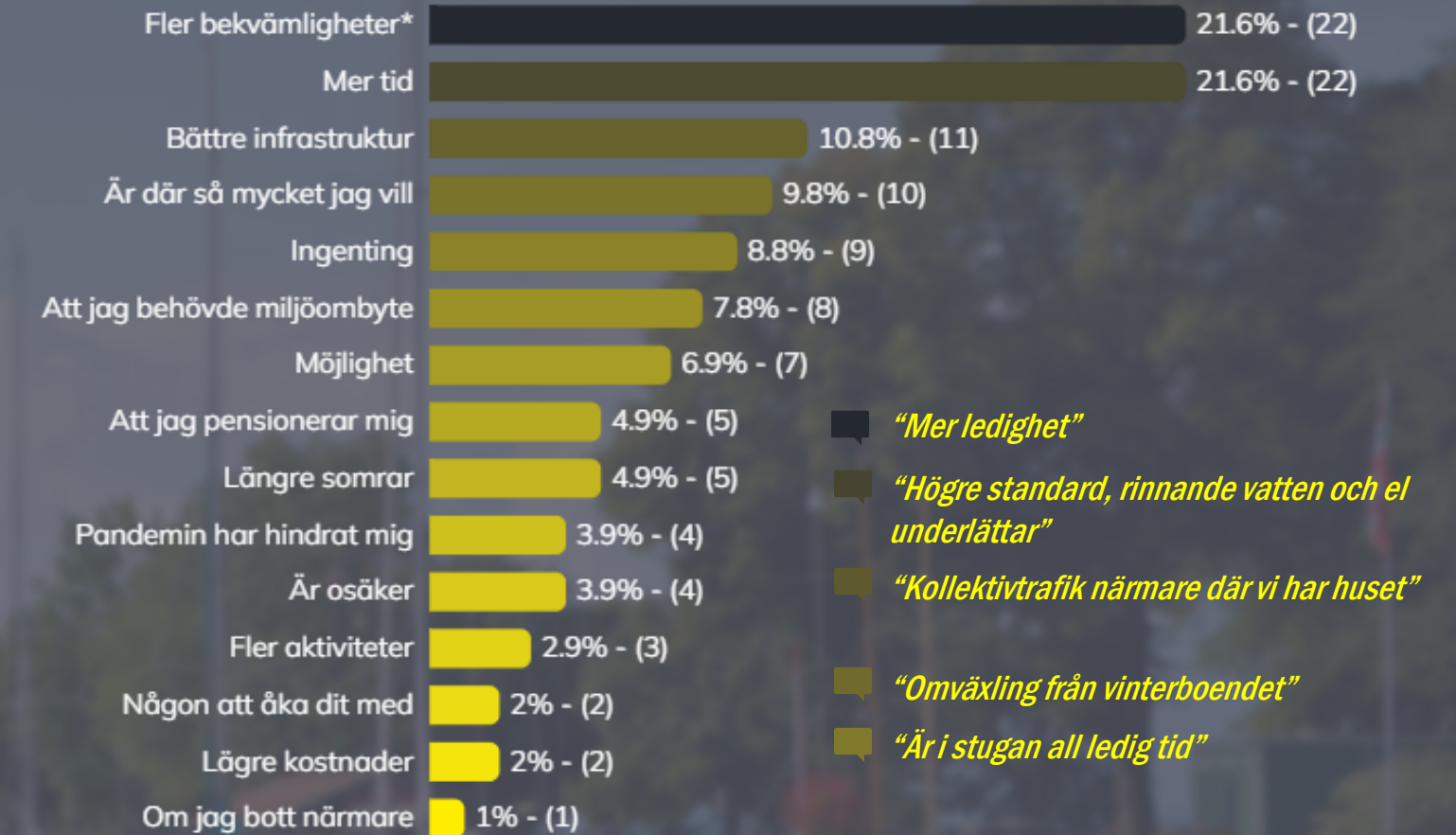


### Hur många veckor per år vistas du i fritidshuset?



För att spendera ännu mer tid i fritidshuset så önskar man fler bekvämligheter (kommunalt vatten, tillgång till affärer, bättre internetuppkoppling och fler restauranger) och i vissa delar efterfrågas även en bättre infrastruktur.

### Vad hade fått dig att spendera mer tid i fritidshuset?



### Fler bekvämligheter\*





## Vad skulle få dig att välja Östergötland som resmål?

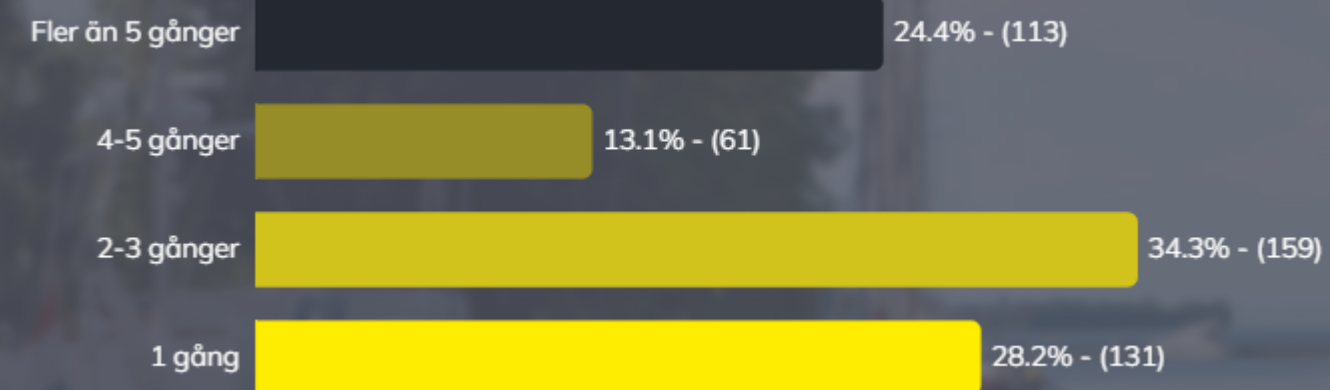
Östergötland har över lag hängivna och återkommande besökare där 72% besöker regionen minst en gång om året.

Undersökningen belyser att marknadsföring som visar upp utbudet av aktiviteter och besöksmål kan komma att öka antalet besökare/turister på kort sikt. På lång sikt bör man arbeta för att utveckla utbudet av aktiviteter och besöksmål.

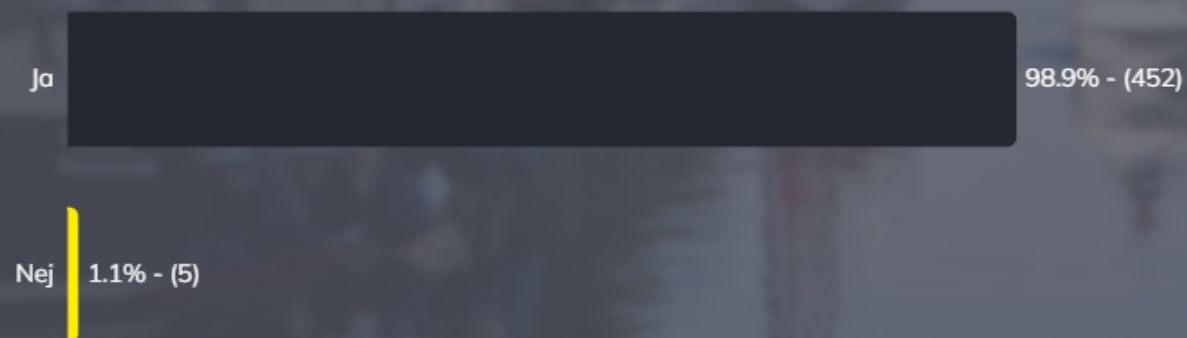
Många respondenter som inte har besökt är lockade att besöka men har inte tagit steget. Kampanjer och erbjudande är ett sätt att aktualisera respondentgruppens resplaner för Östergötland.

Den största gemensamma nämnaren för platser som boende i Östergötland undviker är "mycket folk" vilket orsakar bl.a. trängsel, köer och högre priser.

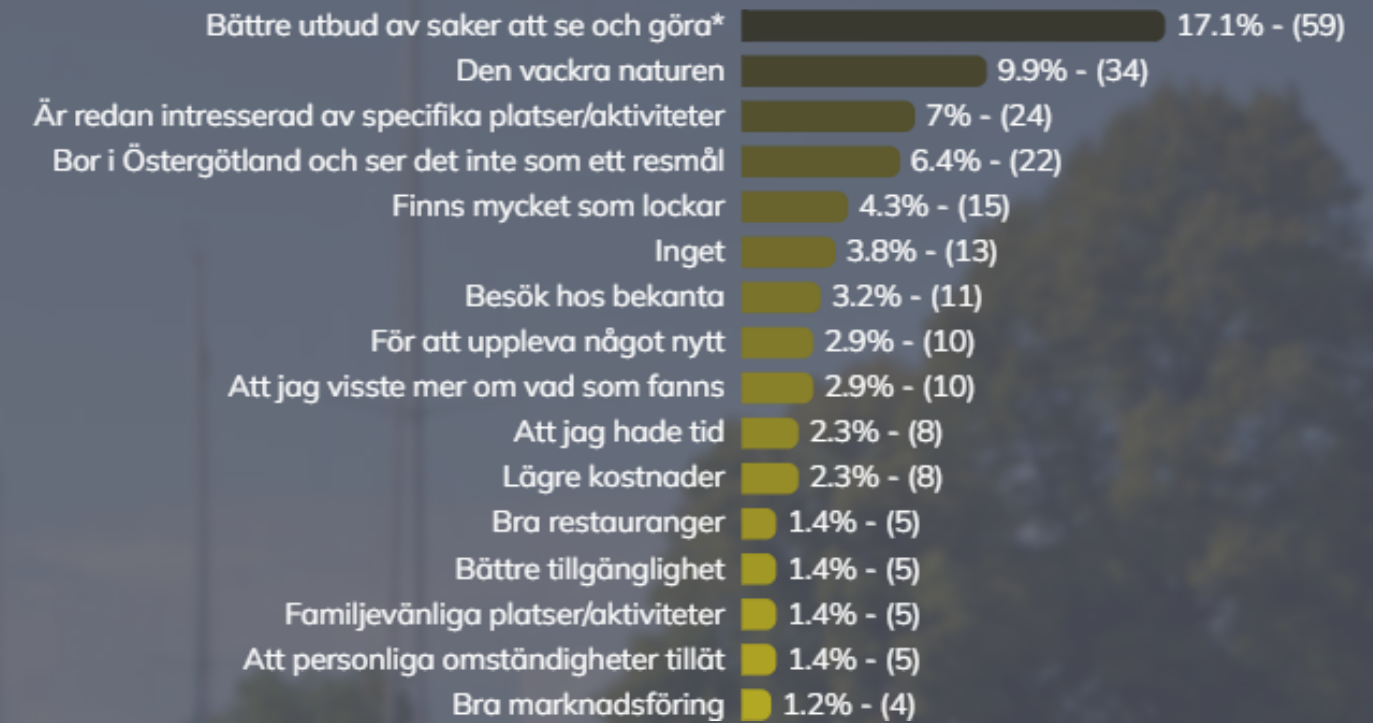
## Hur många gånger har du besökt Östergötland under de senaste två åren?



## Skulle du kunna tänka dig att besöka Östergötland igen?



## Vad skulle få dig att välja Östergötland som resmål?

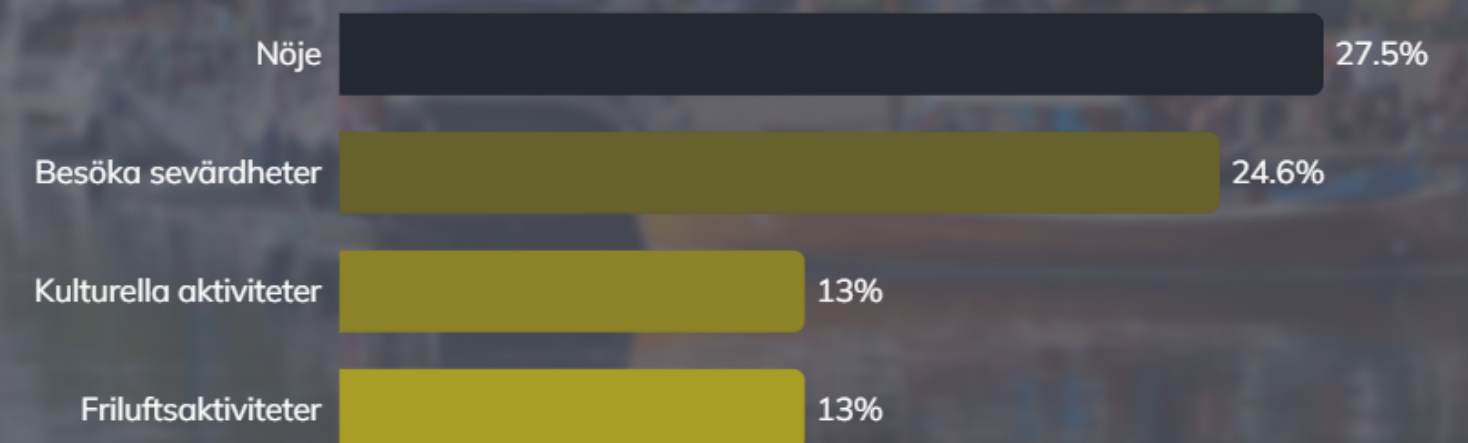


*"Ett brett utbud av intressanta besöksmål"*

*"Fina skogar och sjöar"*

*"Vadstena och andra fina platser"*

## \*Bättre utbud av saker att se och göra





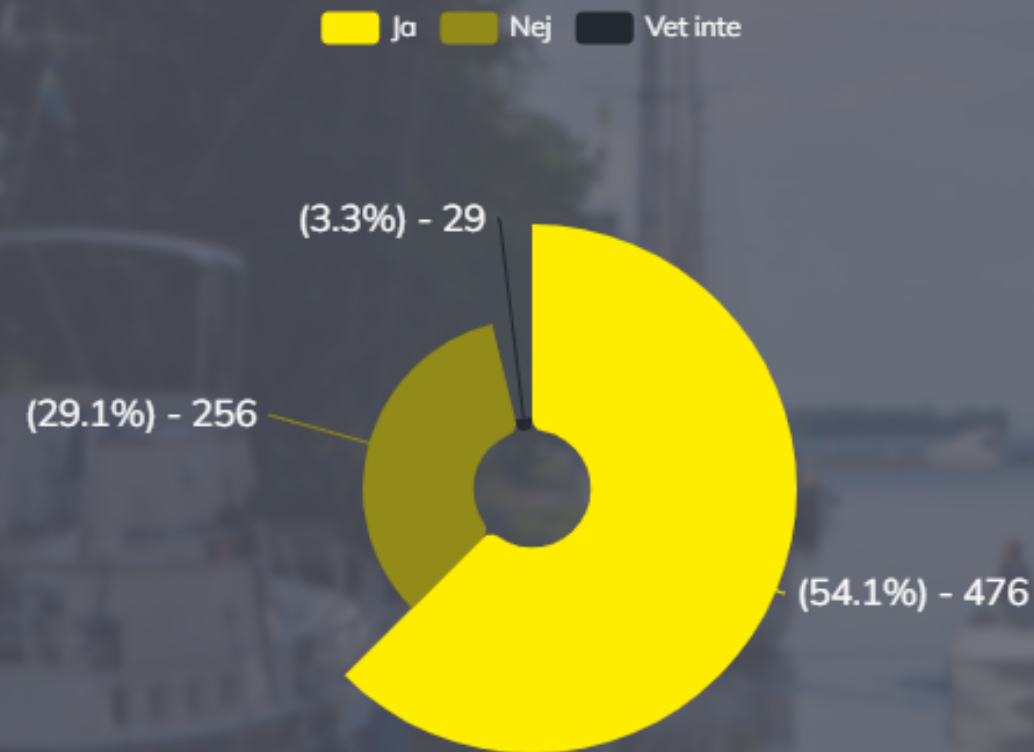
## Har du under senaste året sett reklam för Östergötland?

Överlag ett mycket bra mottagande av reklam för Östergötland både gällande spridning och innehåll.

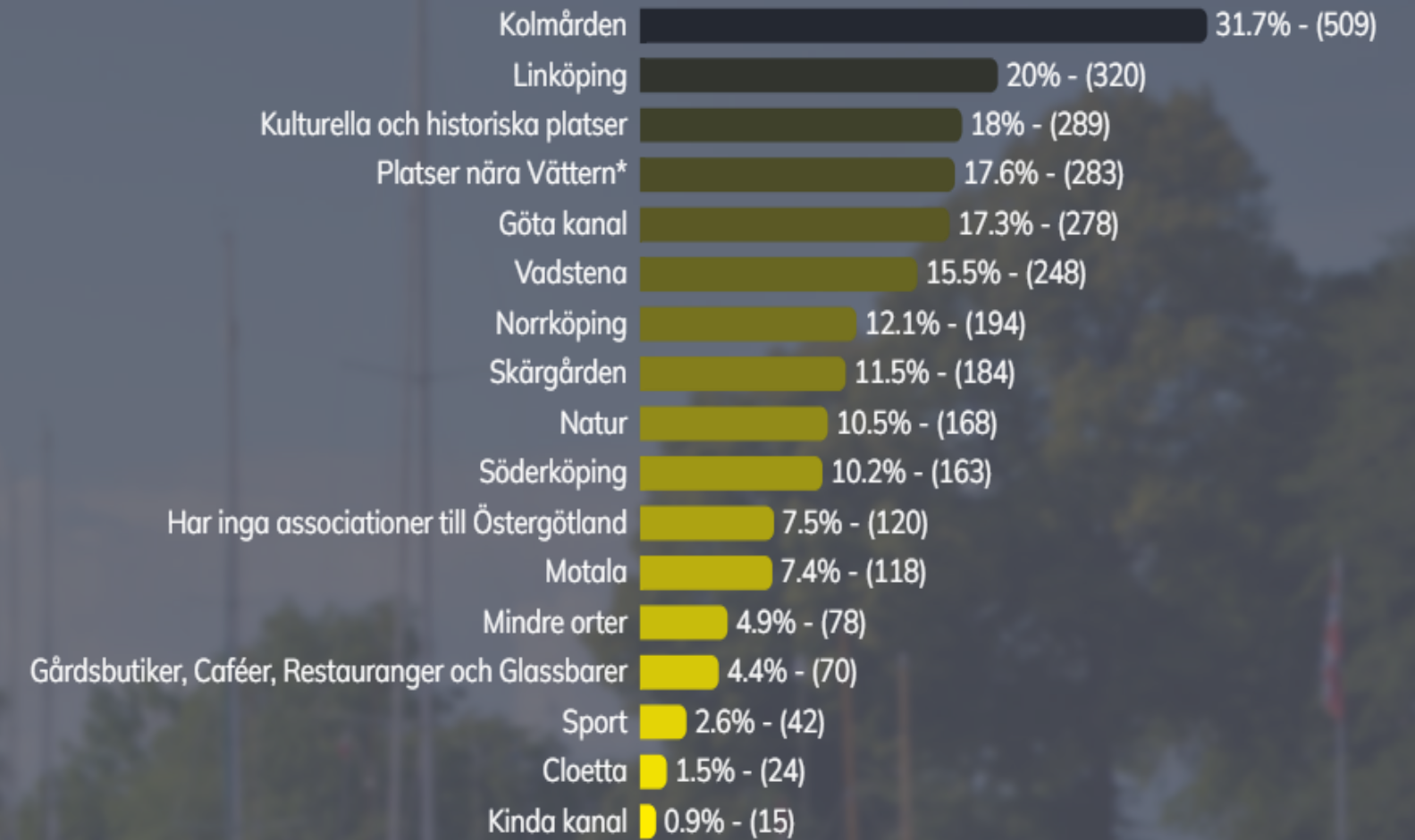
En majoritet (55%) av respondenterna har sett reklam för Östergötland, och 54% av dessa uppger att reklamen fick dem att vilja resa till Östergötland.

Traditionella medier, så som TV, radio, tidningar och reklamskärmar, är ett högst aktuellt och efterfrågat sätt att marknadsföra Östergötland på.

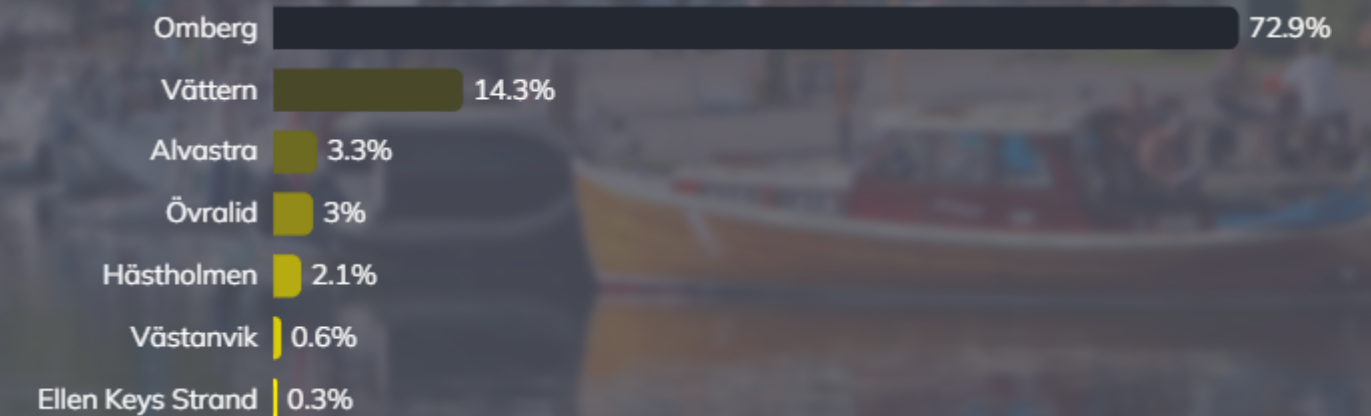
## Fick reklamen dig att vilja besöka Östergötland?



## Vilka besöksmål förknippar du med Östergötland?



## Platser nära Vättern\*





## Frågebatteri

Här listas de frågor vars svar redovisas i denna rapport. Vilka frågor som ställdes berodde till viss del på om man angett att man var bosatt i Östergötland, om man hade fritidshus i Östergötland eller om man var boende utanför Östergötland. Utöver de frågor som listas här nedan ställdes även andra frågor, som dock inte redovisas i denna rapport.

- Vilken kommun bor du i?
- Vilken typ av boende har du i Östergötland? (Åretruntboende/fritidshus)
- Vad är ditt postnummer?
- Vad är din könsidentitet?
- Vad är din ålder?
- Har du barn under 16 år?
- Vilka besöksmål förknippar du starkast med Östergötland?
- Gynnas du av turismen där du bor eller vistas i Östergötland?
  - På vilket sätt?
  - Om inte – varför då?

- Nämn de främsta anledningarna till att du valt att ha fritidshus i Östergötland?
  - Hur många veckor per år vistas du i fritidshuset?
  - Vad hade fått dig att tillbringa mer tid i fritidshuset?
- Har du besökt Östergötland under de senaste två åren?
  - Hur många gånger har du besökt Östergötland de senaste 2 åren?
  - Vad får dig att välja Östergötland som resmål?
  - Skulle du kunna tänka dig att besöka Östergötland igen?
- Har du under senaste åren sett reklam för Östergötland?
  - Fick reklamen dig att vilja resa till/turista i Östergötland?
  - Var såg du reklamen?
  - Om du inte sett reklam - hur skulle Östergötlands marknadsföring kunna nå dig?

